



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH
PT. BANK SUMUT KANTOR CABANG
PEMBANTU SYARIAH
PANYABUNGAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

MAYA SARI

NIM. 13 220 0066

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN**

2017



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH
PT. BANK SUMUT KANTOR CABANG
PEMBANTU SYARIAH
PANYABUNGAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

MAYA SARI
NIM. 13 220 0066

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN**

2017

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH
PT. BANK SUMUT KANTOR CABANG
PEMBANTU SYARIAH
PANYABUNGAN**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat

Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E.)

dalam Bidang Perbankan Syariah

Oleh

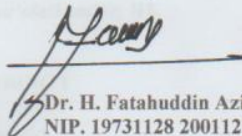
MAYA SARI

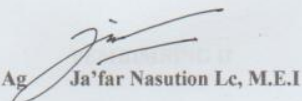
NIM. 13 220 0066

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag
NIP. 19731128 200112 1 001


Ja'far Nasution Lc, M.E.I

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN**

2017



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **MAYA SARI**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, 06 Juni 2017

Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Padangsidimpuan
Di
Padangsidimpuan

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n **MAYA SARI** yang berjudul: **"Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan."** Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudari tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya ini.

Demikian kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama dari Bapak, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag
NIP. 19731128 200112 1 001

PEMBIMBING II

Ja'far Nasution Lc. M.E.I

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : MAYA SARI
NIM : 13 220 0066
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan.**

Dengan ini menyatakan bahwa saya menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing, dan tidak melakukan plagiaris sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidimpun pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tentang Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidimpun, yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpun, 06 Juni 2017
Pembuat Pernyataan,



MAYA SARI
NIM. 13 220 0066

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Maya Sari
Nim : 13 220 0066
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institusi Agama Islam Negeri Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan**. Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan
Pada tanggal : 06 Juni 2017
Yang menyatakan,



MAYA SARI
NIM. 13 220 0066



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
UJIAN MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : Maya Sari
Nim : 13 220 0066
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan.

Ketua

Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag
NIP.19731128 200112 1 001

Sekretaris

Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag
NIP. 19750103 200212 1 001

Anggota

Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag
NIP.19731128 200112 1 001

Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag
NIP. 19750103 200212 1 001

Nofinawati, SEL, M.A
NIP. 19821116 201101 2 003

Muhammad Isa, ST., MM
NIP.19800605 201101 1 003

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah
Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Jumat 16 Juni 2017
Pukul : 09.00 s/d selesai
Hasil/Nilai : 77, 5 (B)
Predikat : CUMLAUDE
IPK : 3,77



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jln. H. Tengku Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PT. BANK
SUMUT KANTOR CABANG PEMBANTU SYARIAH
PANYABUNGAN.**

**NAMA : MAYA SARI
NIM : 13 220 0066**

telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (SE)
dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah

Padangsidimpuan, 07 Juli 2017
Dekan,



[Signature]
Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag
NIP. 19731128 200112 1 001

ABSTRAK

Nama : Maya Sari

NIM : 13 220 0066

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan.

Kata kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Loyalitas Nasabah.

Latar belakang masalah dalam penelitian ini adalah Loyalitas nasabah merupakan aset yang bernilai tinggi bagi perbankan atau perusahaan. Nasabah yang loyal mampu meningkatkan laba melalui peningkatan pendapatan, apabila nasabah puas dengan produk dan pelayanan yang diberikan oleh PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan, maka akan menciptakan loyalnya nasabah. Namun pada kenyataannya, nasabah bank mengeluh atas pelayanan yang diberikan oleh pihak bank yang tidak sesuai dengan harapan nasabah.

Rumusan masalah pada penelitian ini yakni apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara parsial terhadap loyalitas nasabah dan apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan.

Pembahasan penelitian berkaitan dengan kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Sehubungan dengan itu, pendekatan yang dilakukan adalah teori-teori yang berkaitan dengan kualitas produk, kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah.

Penelitian ini penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data meliputi angket. Jumlah Responden sebanyak 93 orang nasabah di PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, uji normalitas, uji linier, uji determinasi (R^2), regresi linier berganda, uji t dan uji f. Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa nilai $R Square$ sebesar 0,437 atau 43,7% artinya variabel terikat semakin lemah karena nilai R^2 mendekati angka 0. pada uji T menunjukkan tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan kualitas pelayanan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan. Dan pada uji F menunjukkan bahwa secara simultan kualitas produk dan kualitas pelayanan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah Puji syukur peneliti sampaikan kehadiran Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada hamba-Nya. Dan atas ridho Nya akhirnya peneliti menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa shalawat dan salam penulis sampaikan keruh junjungan Nabi Muhammad SAW yang kita nantikan syafaatnya di *yaumul mahsyar* kelak. Dan berkat beliau Umat Islam keluar dari zaman *jahiliyah* menuju zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Skripsi ini berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan”**. Skripsi ini disusun untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Jurusan Perbankan Syariah.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang terbatas dan jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL selaku Rektor IAIN Padangsidimpuan, serta Bapak Drs. H. Irwan Saleh Dalimunthe, M.A., selaku Wakil Rektor bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak H. Aswadi Lubis, S.E., M.Si., selaku Wakil Rektor bidang Administrasi Umum,

Perencanaan, dan Keuangan, dan Bapak Drs. Samsuddin Pulungan, M.Ag., selaku Wakil Rektor bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. Darwis Harahap, M.Si., selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Ibu Rosnani Siregar, M.Ag., selaku Wakil Dekan bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., selaku Wakil Dekan bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Bapak Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah dan Ibu Nofinawati, M.A., selaku Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah. Beserta seluruh civitas akademika IAIN Padangsidimpuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan.
4. Bapak Prof. Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag., selaku Pembimbing I dan Bapak Ja'far Nasution, Lc, M.E.I, selaku Pembimbing II, yang telah menyediakan waktu dan tenaganya untuk memberikan pengarahan, bimbingan, dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum selaku Kepala Perpustakaan dan para pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi Peneliti untuk memperoleh buku-buku yang Peneliti butuhkan dalam penyelesaian skripsi ini.

6. Segenap Bapak dan Ibu Dosen IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas memberikan ilmu pengetahuan, dorongan, dan motivasi yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
7. Bapak Aidil Mardia selaku pemimpin PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan beserta seluruh karyawan yang telah memberikan kesempatan melaksanakan riset serta motivasi bagi penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.
8. Teristimewa kepada Ayahanda Alm. H. Siddik Lubis dan Ibunda tercinta Hj. Nerma Lubis beserta yang saya sayangi saudara peneliti Alm. Suhdi Efendi Lubis S.Pd, saudari peneliti kakak Kholida Hannum Lubis Am. Keb dan kakak Elma Sari Lubis Am. Keb dan teman-teman Yusdimah Hasibuan, Novita Sari Rangkuti, Ita Yusmiah Nasution, Anita Nasution, Nurjannah Batubara, Rina Sari Nasution, Fitriani Siregar, Sangkot Padilah Nasution dan Muhammad Bakti Batubara yang telah memberikan motivasi dan dukungan moril dan materil, serta selalu memanjatkan doa-doa mulia yang tiada henti-hentinya kepada peneliti sehingga memudahkan jalan peneliti dalam menyelesaikan studi sampai tahap ini. Semoga Allah SWT nantinya dapat membalas mereka dengan surga-Nya.
9. Seluruh rekan mahasiswa, terutama rekan-rekan jurusan Perbankan Syariah-2 angkatan 2013, yang selalu memberikan dukungan kepada peneliti, yang berjuang bersama-sama meraih gelar S.E.
10. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk peneliti terimakasih atas kerjasamanya.

11. Kerabat dan seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan kepada peneliti dalam perkuliahan dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Padangsidempuan, 06 Juni 2017
Peneliti

MAYA SARI
NIM. 13 220 0066

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ža	ž	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘.	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	nun	N	En
و	wau	W	We
ه	ha	H	Ha

ء	hamzah	..'	Apostrof
ي	ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

- a. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—	fathah	A	A
—/	Kasrah	I	I
—و	dommah	U	U

- b. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
ي.....	fathah dan ya	Ai	a dan i
و.....	fathah dan wau	Au	a dan u

- c. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ي.....ا	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
ي.....ِ	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
ي.....ُ	dommah dan wau	ū	u dan garis di atas

3. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua.

- a. *Ta marbutah* hidup yaitu *Ta marbutah* yang hidup atau mendapat *harkat fathah, kasrah, dan dummah*, transliterasinya adalah /t/.
- b. *Ta marbutah* mati yaitu *Ta marbutah* yang mati atau mendapat *harkat sukun*, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

4. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

5. **Kata Sandang**

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ال . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

- a. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya,

yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

- b. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. *Hamzah*

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa *hamzah* ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila *hamzah* itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa *alif*.

7. *Penulisan Kata*

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, mau pun *huruf*, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau *harakat* yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

8. *Huruf Capital*

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf *capital* tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf *capital* seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf *capital* digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka

yang ditulis dengan huruf *capital* tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal *capital* untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau *harakat* yang dihilangkan, huruf *capital* tidak dipergunakan.

9. *Tajwid*

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu *tajwid*. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman *tajwid*.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	ii
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
BERITA ACARA UJIAN MUNAQASYAH	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vii
ABSTRAK	xii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR TABEL	xx
DAFTARGAMBAR.....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah	8
E. Defenisi Operasional Variabel	8
F. Tujuan Penelitian.....	9
G. Kegunaan Penelitian.....	10
H. Sitematika Pembahasan.....	10

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori.	13
1. Pengertian Bank Syariah.....	13
2. Dasar Hukum Bank Syariah.....	14
3. Loyalitas Nasabah	15
4. Pengertian Nasabah.....	21
5. Kualitas Produk.....	25
6. Kualitas Pelayanan	28
7. Tahapan Loyalitas Nasabah	34
B. Penelitian Terdahulu	37
C. Kerangka Berpikir	39
D. Hipotesis	40

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian	41
B. Jenis Penelitian	41
C. Populasi dan Sampel	42
D. Sumber Data	43
E. Teknik Pengumpulan Data	44
F. Uji Validitas Dan Raliabilitas Instrumen.....	46
1. Uji Validitas	46
2. Uji Reliabilitas	46
G. Analisis Data.....	46
1. Analisis Deskriptif	46
2. Uji Normalitas	46
3. Uji Linearitas	47
4. Uji Asumsi Klasik	48
a. Uji Multikolinearitas	48
b. Uji Heterokedastisitas.....	48
5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	48
6. Uji Regresi Linear Berganda	49
7. Uji Hipotesis	50
a. Uji Parsial (Uji T)	50
b. Uji Simultan (Uji F).....	50

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	51
1. Sejarah PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan.....	51
2. Visi Dan Misi PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan.....	52
3. Struktur Organisasi PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan.....	53
4. Produk-Produk PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan.....	60
B. Hasil Penelitian.....	62
1. Uji Validitas.....	63
2. Uji Reliabilitas	65
3. Uji Statistik Deskriptif.....	66
4. Uji Normalitas	67
5. Uji Linearitas	69
6. Uji Asumsi Klasik	71
a. Uji Multikolinearitas	71

b. Uji Heteroskedastisitas	72
7. Uji Regresi Linear Berganda	72
8. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	74
9. Uji Hipotesis	75
a. Uji Signifikansi (uji- t)	75
b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	76
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	77
D. Keterbatasan Penelitian	80

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	81
B. Saran	82

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Hasil kuisisioner variabel kualitas produk
- Lampiran 2. Hasil kuisisioner variabel kualitas pelayanan
- Lampiran 3. Hasil kuisisioner variabel loyalitas nasabah
- Lampiran 4. Hasil uji *SPSS 22*
- Lampiran 5. Tabel r
- Lampiran 6. Tabel t
- Lampiran 7. Tabel f
- Lampiran 8. Daftar riwayat hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi membuat pelaku bisnis merasakan adanya persaingan yang semakin ketat. Sudah menjadi kewajiban pelaku bisnis untuk mendapatkan keunggulan bersaing sehingga dapat memenangkan persaingan tersebut. Pelaku bisnis wajib memperhatikan pengaruh dari kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen ini memegang peranan yang sangat penting dalam kesuksesan dari sebuah perusahaan untuk dapat bersaing yang nantinya akan menciptakan nilai loyalitas yang tinggi juga dimata konsumennya.

Dalam persaingan di dunia bisnis perbankan yang semakin kompetitif dan dengan banyaknya jumlah bank yang berdiri saat ini, terdapat beberapa alasan yang menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk menjadi nasabah pada suatu bank yang menjadi pilihan tersebut. Alasan tersebut salah satunya karena berbagai macam produk yang bervariasi yang ditawarkan oleh suatu bank, selain itu juga dapat dilihat dari pelayanan yang diberikan oleh perusahaan terhadap nasabahnya. Dikarenakan adanya kebutuhan produk atau jasa yang tidak dapat terpenuhi dari salah satu bank tersebut, mengakibatkan persaingan antar bank dalam menghimpun dana masyarakat sebanyak-banyaknya.

Dimana produk yang ditawarkan oleh perbankan menjadi salah satu faktor penentu untuk membantu masyarakat memudahkan dan melancarkan urusan-urusan mengenai keuangan serta bisnisnya. Aktivitas

keuangan yang sering dilakukan masyarakat di negara maju dan negara berkembang antara lain aktivitas penyimpanan dan penyaluran dana.¹

Keputusan nasabah untuk menabung merupakan efek akhir dari suatu pembelian yang diartikan sebagai suatu sikap dan niat untuk berperilaku dimasa depan dan diekspresikan melalui hal-hal seperti, komitmen untuk membeli produk dari perusahaan jika membutuhkan produk lainnya, komitmen untuk memberikan rekomendasi pada orang lain. Masyarakat maju dan berkembang sangat membutuhkan bank sebagai tempat untuk melakukan transaksi keuangannya. Mereka menganggap bank merupakan lembaga keuangan yang aman dalam melakukan berbagai macam aktivitas keuangan.

Kepuasan konsumen akan menjadi pedoman untuk mengarahkan seluruh organisasi ke arah pemenuhan kebutuhan pelanggan sehingga menjadi sumber keunggulan daya saing berkelanjutan. Dari perspektif konsumen, banyak keluhan dan hak-hak konsumen diabaikan menyangkut harga yang terlalu tinggi, pelayanan yang lambat dan tidak ramah, promosi yang merugikan serta rendahnya kualitas produk dan jasa. Perbedaan antara harapan dengan kenyataan yang diperoleh konsumen.

Dalam tujuan yang panjang, loyalitas pelanggan menjadi tujuan bagi perencanaan pasar strategik. Selain itu juga dijadikan dasar untuk pengembangan usaha yang berkelanjutan, yaitu keunggulan yang dapat direalisasikan melalui upaya-upaya pemasaran. Loyalitas pelanggan secara

¹Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hlm. 29.

positif mempengaruhi laba perusahaan melalui efek pengurangan biaya dan penambahan pendapatan per pelanggan. Dengan mempertahankan loyalitas pelanggan, maka biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan pelanggan lebih sedikit daripada memperoleh satu pelanggan yang baru. Apabila pelayanan suatu perbankan kurang memuaskan nasabah, maka secara tidak langsung nasabah akan berpaling dan pindah pada lembaga perbankan yang lain.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah adalah kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan. Semakin bagus produk serta layanan yang diberikan bank akan meningkatkan loyalitas nasabah. Sebaliknya pelayanan serta produk yang tidak maksimal akan menurunkan loyalitas nasabah. Perusahaan memperhatikan unsur kepuasan konsumen tersebut sebagai dasar untuk membangun loyalitas konsumen terhadap produk dan jasa yang diciptakannya.

Begitu pula yang terjadi pada perkembangan perbankan di Indonesia. Nasabah semakin mempunyai banyak pilihan untuk memanfaatkan jasa bank. Apabila pelayanan suatu perbankan kurang memuaskan nasabah, maka secara tidak langsung nasabah akan berpaling dan pindah pada lembaga perbankan yang lain.

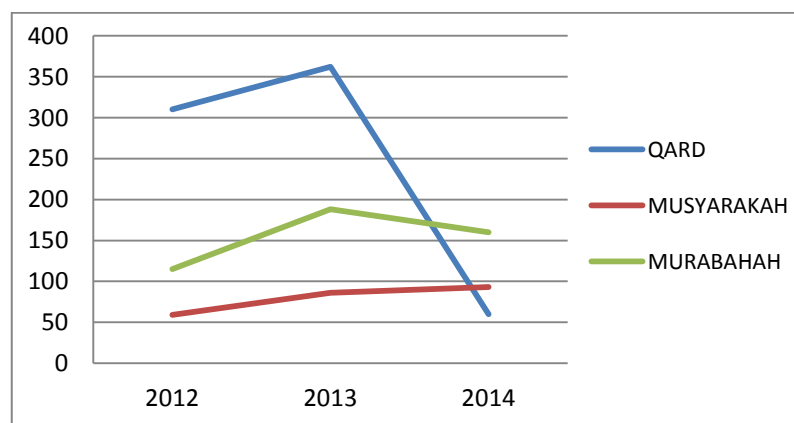
Usaha untuk memperoleh nasabah yang loyal tidak dapat dilakukan sekaligus, melalui beberapa tahapan mulai dari mencari nasabah potensial sampai memperoleh *partners*. Loyalitas nasabah merupakan ukuran kedekatan nasabah pada perusahaan, termasuk kemungkinan

memperbaharui pelayanan dimasa yang akan datang. Beberapa kemungkinan nasabah mengubah dukungannya terhadap kontrak kerja sama dengan perusahaan pembiayaan, beberapa kemungkinan keinginan nasabah untuk meningkatkan citra positif suatu perusahaan.

Sebagai usaha mempertahankan nasabah, bank harus bisa memilih mana bentuk kebijakan maupun teknologi yang paling tepat digunakan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Hal tersebut akan mempengaruhi ketepatan, keakuratan, kemampuan, dan kecepatan bank dalam memberi pelayanan terhadap nasabah. Pelayanan yang diberikan kepada nasabah akan mencerminkan baik tidaknya bank tersebut di mata nasabah.

Untuk mempertahankan nasabahnya dan menjadikan nasabahnya loyal, sumber daya manusia (SDM) merupakan salah satu unsur terpenting untuk tujuan tersebut. SDM yang dimiliki harus dapat memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah. Berikut data nasabah PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan per 3 (tiga) tahun terakhir:

Grafik. 1.1
Jumlah Nasabah PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu
Syariah Panyabungan



Sumber: PT. Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan

Berdasarkan data jumlah nasabah yang diperoleh dari PT. Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan setiap tahunnya mulai dari tahun 2012 sampai 2014 menunjukkan adanya fluktuasi. Fluktuasi ini mungkin disebabkan turunnya loyalitas nasabah PT. Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan. Pembiayaan qard pada tahun 2012 ke 2013 menaik tetapi menurun drastis pada tahun 2014 dikarenakan bahwa pada waktu pelunasan pembiayaan talangan haji. Dan pada akhir tahun 2014 talangan haji tidak dipasarkan lagi. Hal tersebutlah yang menyebabkan pembiayaan qard menurun pada PT. Bank Sumut KCP Syariah panyabungan.

Sedangkan pembiayaan murabahah pada tahun 2012 ke 2013 juga menaik tetapi tahun 2014 menurun, dan yang menyebabkan pembiayaan Murabahah menurun, karena pelunasan dari Pembiayaan Mikro Sumut Syariah (PMSS 2) pada PT. Bank Sumut KCP Syariah panyabungan, produk murabahah pada tahun 2013 dan pegawai AO PMSS 2 tersebut risent, tetapi pembiayaan murabahah biasa atau lainnya tetap menaik. Jadi pembiayaan PMSS 2 tersebut yang mengakibatkan pembiayaan murabahah menurun.

Selain itu pembiayaan musyarakah meningkat dari tahun 2012-2014, yang menyebabkan pembiayaan musyarakah meningkat adalah karna PT. Bank Sumut KCP Syariah panyabungan sudah mulai dikenal banyak orang, yang pada awalnya hanya dikenal di daerah panyabungan saja, tetapi sekarang sudah dikenal sampai siabu dan kabupaten Mandailing natal, selain itu yang menyebabkan pembiayaan musyarakah

cenderung meningkat karena usaha mikro bagi hasil yang rendah serta pelayanan dari pihak bank tersebut.

Berdasarkan survei awal yang dilakukan peneliti ternyata jumlah nasabah pembiayaan yang ada di PT. Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan cenderung mengalami fluktuasi disebabkan pada tahun 2014 produk pembiayaan talangan haji tidak dipasarkan lagi serta banyak keluhan dari nasabah seperti: komplain terhadap area parkir, dimana parkir yang disediakan oleh pihak bank terlalu sempit sehingga memberikan ketidaknyamanan terhadap nasabah, dan pihak bank tidak menyediakan mobil kas, dengan tujuan agar dapat memudahkan nasabah untuk bertransaksi, bagi nasabah yang memiliki tempat tinggal yang jauh. Salah satu faktor yang mempengaruhi nasabah untuk memilih bank tersebut selain dengan produk-produk yang diberikan oleh bank tersebut juga dipengaruhi oleh pelayanan yang diberikan.

Keadaan di atas menunjukkan bahwa banyaknya nasabah PT. Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan yang tidak loyal. Jika keadaan seperti ini terus dibiarkan maka akan sangat merugikan bagi perkembangan bank ini pada masa mendatang. Oleh karena itu bank ini perlu meningkatkan usaha-usaha untuk meningkatkan loyalitas nasabah.

Jika perusahaan tidak dapat memuaskan nasabah, maka nasabah akan bereaksi dengan cara *exit* (nasabah menyatakan berhenti menjadi

nasabah)². Berdasarkan fenomena diatas peneliti tertarik meneliti tentang **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas penulis mengidentifikasikan masalah yaitu:

1. Jumlah nasabah pembiayaan di PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan mengalami fluktuasi disebabkan pembiayaan talangan haji tidak dipasarkan.
2. Banyaknya nasabah di PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan yang tidak loyalitas disebabkan berkurangnya produk dari PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan.
3. Kurangnya kualitas pelayanan di PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan.
4. Rendahnya kualitas pelayanan dan produk di PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan mengakibatkan loyalitas nasabah terjadi penurunan tahun 2014.

²Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen* (Bandung: Alfabeta, 2005), hlm. 127.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka peneliti membatasi pada 3 variabel yaitu Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Nasabah. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat, yakni Kualitas Produk sebagai X_1 dan Kualitas Pelayanan sebagai X_2 . Sedangkan variabel terikat yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Loyalitas nasabah sebagai Y .

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah-masalahnya yaitu sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan?
3. Apakah kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu syariah Panyabungan?

E. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel. 1.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator Variabel	Skala
Kualitas Produk (X ₁)	Merupakan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sesuai dengan kebutuhan dan penggunaan 2. Memuaskan keinginan pemakai 3. Kesesuaian dengan spesifikasi 4. Ekonomis 	Ordinal
Kualitas Pelayanan (X ₂)	Merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Tangible</i> (berwujud) 2. <i>Empathy</i> (empati) 3. <i>Responsiveness</i> (cepat tanggap) 4. <i>Reliability</i> (keandalan) 5. <i>Assurance</i> (kepastian) 	Ordinal
Loyalitas nasabah (Y)	Komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nasabah melakukan pembelian ulang 2. Nasabah membeli produk lain di tempat yang sama 3. Nasabah mereferensikan kepada orang lain 4. Nasabah tidak terpengaruh kepada produk yang ditawarkan pihak lain. 	Ordinal

F. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan secara bersama-sama terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan.

G. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan berupa tambahan pengetahuan dan wawasan kepada penulis berkaitan dengan masalah yang diteliti secara teori maupun praktek. Penelitian ini juga berguna sebagai persyaratan pendidikan strata satu (S-1) di Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.

2. Bagi Perusahaan

Memberikan informasi dan masukan bagi pihak manajemen perusahaan PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu syariah

Panyabungan mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah.

3. Bagi dunia Akademik

Sebagai bahan referensi atau data pembanding sesuai dengan bidang yang akan diteliti dalam penelitian berikutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Kerangka Teori

a. Pengertian Bank Syariah

Bank Islam adalah bank yang beroperasi dengan prinsip syariat Islam dan tatacara beroperasinya mengacu pada ketentuan-ketentuan alqur'an dan hadis.¹ Adapun bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariat Islam adalah bank yang dalam beroperasinya mengikuti ketentuan-ketentuan syariat Islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalat secara Islam.

Bank syariah adalah suatu sistem perbankan yang dikembangkan berdasarkan syariah (hukum) Islam. Usaha pembentukan sistem ini didasari oleh larangan dalam agama Islam untuk memungut maupun meminjam dengan bunga atau yang disebut dengan riba serta larangan investasi untuk usaha-usaha yang dikategorikan haram (misal: usaha yang berkaitan dengan produksi makanan atau minuman haram, usaha media yang tidak islami dll), dimana hal ini tidak dapat dijamin oleh sistem perbankan konvensional. Bank syariah berarti juga bank yang tatacara pengoperasiannya berdasarkan tatacara bermuamalah secara islami, yakni mengacu kepada ketentuan alqur'an dan hadis.²

15. ¹Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm.

²Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah* (Yogyakarta: Ekonisia UII, 2004), hlm. 20.

b. Dasar Hukum Bank Syariah

Islam mengajak kepada para pemilik harta untuk mengembangkan harta mereka dan menginvestasikannya, sebaliknya melarang mereka untuk membekukan dan tidak memfungsikannya. Demikian juga tidak diperbolehkan bagi pemilik uang untuk menimbun dan menahannya dari peredaran, sedangkan umat dalam keadaan membutuhkan untuk memfungsikan uang itu untuk proyek-proyek yang bermanfaat dan dapat membawa dampak berupa terbukanya lapangan kerja bagi para pengangguran dan menggairahkan aktivitas perekonomian. Tidak heran jika alqur'an memberi peringatan kepada orang-orang yang menyimpan harta dan yang bersikap egois dengan ancaman yang berat. Allah SWT berfirman:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي
يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ
الرِّبَا ۖ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ
فَانتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۚ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ
النَّارِ ۖ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

Artinya:

Orang-orang yang makan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai

kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya. (Al-Baqarah-275)³.

Dari ayat diatas Allah SWT menceritakan bahwa seorang pemakan riba akan dibangkitkan pada hari kiamat layaknya orang gila yang mengamuk, seperti kesurupan setan. Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba, dan riba yang dahulu telah dimakan sebelum turunnya firman Allah ini, apabila pelakunya bertobat, tidak ada kewajiban untuk mengembalikannya dan dimaafkan oleh Allah. Sedangkan barang siapa yang kembali lagi kepada riba setelah menerima larangan dari Allah, maka mereka adalah penghuni neraka dan mereka kekal didalamnya.

c. Kualitas Produk

1) Pengertian Kualitas

Kualitas didefinisikan sebagai keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Kualitas itu tergantung persepsi seseorang dan selalu berbeda di setiap pemikiran orang, mereka mempunyai pola acuan tentang kualitas yang berbeda-beda mungkin di setiap waktu tergantung dari pengalaman yang

³Departemen RI, *Al-qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Syamil, 2002), hlm. 10.

telah membekas pada pikiran mereka bahwa produk itulah yang berkualitas.

Salah satu faktor penting penting dalam penampilan kerja perusahaan adalah kualitas barang dan jasa yang dihasilkannya, bahkan kualitas sering dianggap sebagai cermin dari kemampuan perusahaan. Kualitas adalah suatu objek yang abstrak. Sebagaimana dengan hal yang abstrak, istilah kualitas dapat didefinisikan dengan berbagai macam, misalnya: kualitas adalah sesuatu yang bernilai, mahal, tahan lama, kuat, memenuhi keinginan konsumen, dan sebagainya.

Standart internasional ISO 8402 memberikan definisi kualitas adalah gambaran dan karakteristik menyeluruh dari barang atau jasa, yang menunjukkan kemampuannya dalam memuaskan kebutuhan yang ditentukan atau tersirat. Berdasarkan definisi tersebut, maka suatu produk dapat dikatakan berkualitas apabila memenuhi kriteria-kriteria berikut ini:⁴

- a) Sesuai dengan kebutuhan dan penggunaan
- b) Memuaskan keinginan pemakai
- c) Sesuai dengan persyaratan yang ditetapkan
- d) Sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku
- e) Ekonomis

⁴Edy Sutrisno, *Budaya Organisasi* (Jakarta: KENCANA, 2010), hlm. 67.

2) Pengertian Produk

Menurut Philip Kotler, produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk di beli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.⁵

Produk yang dihasilkan oleh dunia usaha pada umumnya berbentuk dua macam, yaitu produk yang berwujud dan produk yang tidak berwujud. Masing-masing produk untuk dapat dikatakan berwujud atau tidak berwujud memiliki karakteristik tertentu. Produk yang berwujud berupa barang yang yang dapat dilihat, dipegang, dan dirasa secara langsung oleh konsumen sebelum membeli. Sementara produk yang tidak berwujud berupa jasa dimana tidak dapat dilihat atau dirasa oleh konsumen sebelum dibeli.⁶

Pada umumnya produk dapat diklasifikasikan dengan berbagai cara, salah satu cara yang banyak digunakan adalah klasifikasi berdasarkan daya tahan atau berwujud tidaknya suatu produk. Berdasarkan kriteria ini, ada tiga kelompok produk, yaitu:

1) Barang tidak tahan lama (*nondurable goods*)

Barang tidak tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian.

2) Barang tahan lama (*Durable goods*)

⁵Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta : Kencana, 2010), hlm. 123

⁶M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 139.

Barang tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya bisa bertahan lama dan memiliki umur ekonomi lebih dari satu tahun.

3) Jasa (*Services*)

Jasa merupakan aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual.

Bagi dunia perbankan produk plus harus selalu diciptakan setiap waktu, sehingga dapat menarik minat calon nasabah atau dapat mempertahankan nasabah yang sudah ada sekarang ini.⁷

d. Kualitas Pelayanan

1) Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan kemampuan merencanakan, menciptakan, dan menyerahkan produk yang bermanfaat luar biasa bagi nasabah. Kualitas pelayanan karyawan sebagai jaminan atas ketersediaan produk, rasa *responsivitas*, biaya administrasi yang hemat, ketetapan waktu memberikan pelayanan dan waktu tunggu yang lebih pendek, kesempurnaan pelayanan, serta kemampuan menimbulkan kesenangan dan perasaan nyaman pada pelanggan.⁸

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Kepuasan pelanggan

⁷ Kasmir. *Op. Cit.*, hlm. 124

⁸ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 103.

dapat menciptakan kesetiaan pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas yang memuaskan.⁹

Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelayanan merupakan syarat utama bagi kelangsungan hidup suatu bank, khususnya bank syariah. Pelayanan yang baik serta kenyamanan yang diberikan kepada nasabah dapat menentukan laju pertumbuhan suatu bank.

Dalam memberikan pelayanan, setidaknya bank harus memenuhi 5 kriteria kualitas pelayanan yang berkualitas, sehingga diharapkan dapat menciptakan kepuasan nasabah yaitu:¹⁰

- a) *Reliability* (keandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan. Pelayanan akan dapat dikatakan *reliabel* apabila dalam perjanjian yang telah diungkapkan dicapai secara akurat. Ketepatan dan keakuratan inilah yang akan menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap lembaga penyedia layanan jasa. Dalam konteks ini Allah SWT juga menghendaki setiap umatnya untuk menepati janji yang telah dibuat, sebagaimana yang telah dinyatakan dalam alquran surat An-Nahl ayat 91:¹¹

⁹M.N. Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004), hlm. 45.

¹⁰Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama), hlm. 94-95.

¹¹Departemen Agama RI, *Op. Cit.* hlm. 486.

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ
تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا
تَفْعَلُونَ ﴿١١﴾

Artinya:

Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah (mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat.

- b) *Responsiveness* (daya tanggap) yaitu respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.¹² Dalam alquran juga dijelaskan tentang kesigapan dalam melayani terdapat dalam surah Al-Maidah ayat 1:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ۖ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَيْمَةٌ
الْأَنْعَمِ إِلَّا مَا يُتْلَىٰ عَلَيْكُمْ غَيْرِ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ ۚ إِنَّ اللَّهَ
تَحْكُمُ مَا يُرِيدُ ﴿١﴾

Artinya:

Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya.

- c) *Assurance* (jaminan), meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara cepat, kualitas keramah-

¹²*Ibid.* hlm.

tamahan, perhatian dan kesopanan dalam memberi pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan didalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Dengan memberikan pelayanan yang menunjukkan kesopanan dan kelembutan akan menjadi jaminan rasa aman bagi nasabah dan yang berdampak pada kesuksesan perusahaan layanan jasa.¹³ Berkenaan dengan hal ini, alquran surat Ali Imran ayat 159 menyatakan bahwa:¹⁴

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ
لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ
فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ
الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya:

Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya.

¹³Husein Umar, *Op., Cit.* hlm. 94-95.

¹⁴Departemen Agama RI., *Op. Cit.* hlm. 118.

- d) *Empathy* (empati) yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan. Perhatian yang ditunjukkan melalui hubungan, komunikasi dan memahami terhadap kebutuhan serta keluhan nasabah. Perwujudan dari sikap empati ini akan membuat nasabah merasa kebutuhannya terpenuhi karena dirinya dilayani dengan baik. Sebagaimana yang dinyatakan dalam alquran surat An-Nahl ayat 90:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايَ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ
عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ ۚ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ
تَذَكَّرُونَ ﴿٩٠﴾

Artinya:

Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) Berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.

- e) *Tangible* (bukti langsung), meliputi fasilitas yang kasat mata yang dapat dinikmati langsung oleh nasabah. Dalam konsep Islam pelayanan yang berkenaan dengan fasilitas yang membuat nasabah merasa nyaman memang penting. Sebagaimana yang dinyatakan dalam alqur'an surat At-Takaatsur ayat 1-5 yaitu:

أَلْهَكُمُ التَّكَاثُرُ ﴿١﴾ حَتَّىٰ زُرْتُمُ الْمَقَابِرَ ﴿٢﴾ كَلَّا سَوْفَ
 تَعْلَمُونَ ﴿٣﴾ ثُمَّ كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ ﴿٤﴾ كَلَّا لَوْ تَعْلَمُونَ عِلْمَ
 الْيَقِينِ ﴿٥﴾

Artinya:

(1) Bermegah-megahan telah melalaikan kamu. (2) Sampai kamu masuk ke dalam kubur. (3) janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui (akibat perbuatanmu itu), (4) dan janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui. (5) janganlah begitu, jika kamu mengetahui dengan pengetahuan yang yakin.

Menurut Melayu S.P Hasibuan pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat, dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.¹⁵

a) Dasar-dasar Pelayanan Nasabah

Seorang *Customer Service* (CS) dituntut untuk memberikan pelayanan yang prima kepada nasabahnya. Agar pelayanan yang diberikan bisa memuaskan nasabah, maka seorang CS harus memiliki dasar-dasar pelayanan yang kokoh. Pelayanan yang diberikan akan diberikan berkualitas jika setiap CS telah dibekali dasar-dasar pelayanan. Berikut ini akan dijelaskan dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dan dimengerti seorang CS, yaitu:¹⁶

¹⁵Melayu S.P. Hasibuan, *Dasar-dasar Perbankan* (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2009), hlm. 152.

¹⁶Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta : Kencana, 2010), hlm. 182.

- (1) Berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih.
- (2) Percaya diri, bersikap akrab, dan penuh senyum.
- (3) Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika kenal.
- (4) Tenang, sopan, hormat, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan.
- (5) Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar.
- (6) Bergairah dalam melayani nasabah dan tunjukkan kemampuan.
- (7) Jangan menyela atau memotong pembicaraan
- (8) Mampu meyakinkan nasabah serta memberikan kepuasan
- (9) Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan rekan kerja lain, dan bila belum dapat melayani, beritahukan kapan akan dilayani.

b) Sikap Melayani Nasabah

- (1) Beri kesempatan nasabah bicara.
- (2) Dengarkan baik-baik
- (3) Jangan menyela pembicaraan.
- (4) Ajukan pertanyaan setelah nasabah selesai berbicara.
- (5) Jangan marah dan jangan mudah tersinggung.
- (6) Jangan mendebat nasabah.
- (7) Jaga sikap sopan, ramah dan selalu bersikap tenang; dan

- (8) Jangan menangani hal-hal yang bukan merupakan pekerjaannya serta tunjukkan sikap perhatian dan sikap ingin membantu.

c) Ciri-Ciri Pelayanan yang Baik ¹⁷

Nasabah pada intinya ingin diberikan pelayanan yang terbaik. Ciri-ciri pelayanan yang baik ini harus segera dapat dipenuhi oleh bank sehingga keinginan nasabah dapat diberikan secara maksimal. Berikut ini beberapa ciri pelayanan yang baik yang harus diikuti oleh CS, yaitu:

- (1) Tersedia sarana dan prasarana yang baik.
- (2) Tersedia karyawan yang baik dan profesional.
- (3) Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai.
- (4) Mampu melayani secara tepat dan tepat.
- (5) Mampu berkomunikasi.
- (6) Memberikan jaminan keberhasilan setiap transaksi.
- (7) Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik.
- (8) Berusaha memahami kebutuhan nasabah; dan
- (9) Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah.

¹⁷*Ibid*, hlm. 184.

e. Loyalitas Nasabah

1) Pengertian loyalitas

Loyalitas adalah tentang persentase dari orang yang pernah membeli dalam rangka waktu tertentu dan melakukan pembelian ulang sejak pembelian pertama.¹⁸

Loyalitas nasabah adalah kesetiaan nasabah dalam menggunakan produk atau jasa yang disediakan oleh suatu perusahaan. Paradigma kecocokan harapan berpendapat bahwa kesetiaan pelanggan (misalnya intensitas pembelian ulang, kesediaan menyebarkan citra positif dari mulut ke mulut) merupakan fungsi kepuasan pelanggan, dan fungsi perbandingan kognitif dari harapan sebelum menggunakan dengan pengalaman aktual.

Menurut Oliver dalam bukunya Ratih Hurriyati mengungkapkan definisi loyalitas pelanggan sebagai berikut: Loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.

Menurut Griffin dalam buku Ratih Hurriyati menyatakan loyalitas nasabah lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus-menerus terhadap barang atau jasa suatu perusahaan yang dipilih.

¹⁸ Nina Rahmayanti, *Manajemen Pelayanan Prima Mencegah Pembelotan dan Memmbangun Costumer Loyalty* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm. 13.

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya menjadi harmonis, menjadikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, dan terciptanya loyalitas pelanggan. Setelah itu para pelanggan akan menyebarkan informasi melalui mulut ke mulut kepada para pelanggan lain. Loyalitas pelanggan sangat mempengaruhi keberhasilan strategi pemasaran yang diterapkan oleh pemasar.

Perilaku konsumen terhadap suatu produk dan jasa sering kali berubah sesuai dengan pengaruh lingkungan disekitarnya. Namun perilaku konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang tetap berkelanjutan bagi suatu perusahaan di anggap sebagai loyalitas.¹⁹

Loyalitas adalah tentang persentase dari orang yang pernah membeli dalam kerangka waktu tertentu dan melakukan pembelian ulang sejak pembelian pertama.²⁰ Dharmmesta (1999) menguraikan bahwa loyalitas terdiri dari empat tahap, yaitu:

1) Loyalitas kognitif

Pada tahapan ini konsumen menggunakan basis informasi yang secara memaksa menunjuk pada satu merek atas merek

¹⁹Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 55.

²⁰Nina Rahmayati, *Op. Cit.* hlm.13.

lainnya. Jadi loyalitasnya didasarkan pada keyakinan konsumen terhadap basis informasi yang dicerminkan oleh kualitas merek. Loyalitas tahap pertama ini bukan merupakan bentuk loyalitas yang kuat.

2) Loyalitas afektif

Tahap ini berkaitan sikap konsumen yang didorong oleh kepuasan dan kesukaan konsumen. Loyalitas tahap ini jauh lebih sulit berubah karena loyalitasnya sudah masuk ke dalam benak konsumen sebagai sikap. Namun demikian loyalitas afektif ini masih tetap belum menjamin adanya loyalitas. Loyalitas tahap ini dicerminkan oleh tingkat kesukaan, tingkat kepuasan konsumen.

3) Loyalitas konatif

Merupakan kondisi konsumen yang loyal yang dipengaruhi oleh niatan untuk melakukan sesuatu (dimensi konatif) yang mencakup niat atau komitmen yang tinggi untuk melakukan pembelian. Jenis komitmen pada tahap ini sudah melampaui loyalitas afektif. Niat untuk melakukan pembelian ulang dapat dianggap sebagai tanda awal munculnya loyalitas.

4) Loyalitas tindakan

Merupakan tahap dimana aspek konatif atau niat melakukan telah mengalami perkembangan, yaitu dikonversi menjadi perilaku atau tindakan. Loyalitas nasabah adalah

kesetiaan nasabah dalam menggunakan produk atau jasa yang disediakan oleh suatu perusahaan. Paradigma kecocokan harapan berpendapat bahwa kesetiaan pelanggan (misalnya intensitas pembelian ulang, Kesiediaan menyebarkan citra positif dari mulut ke mulut) merupakan fungsi kepuasan pelanggan, dan fungsi perbandingan kognitif dari harapan sebelum menggunakan dengan pengalaman akal.

Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan pengalaman yang dipengaruhi oleh kualitas dan *value* yang dirasakan dari produk jasa, kualitas *value* merupakan pendorong utama perilaku pelanggan. Pelanggan yang loyal adalah mereka yang sangat puas dengan produk atau jasa tertentu sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkannya kepada siapapun yang mereka kenal. Ada beberapa ciri seorang pelanggan bisa dianggap loyal. Antara lain:

- (a) Pelanggan yang melakukan pembelian ulang secara teratur
- (b) Pelanggan yang membeli untuk produk yang lain ditempat yang sama
- (c) Pelanggan yang mereferensikan kepada orang lain
- (d) Pelanggan yang tidak dapat dipengaruhi oleh pesaing untuk pindah *customer* merupakan *invisible advocate* bagi kita.²¹

²¹Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi edisi tiga, 2008), hlm. 24.

Loyalitas adalah bukti pelanggan yang selalu menjadi pelanggan yang memiliki kekuatan dan sikap positif atas perusahaan itu. Loyalitas atau kesetiaan pelanggan dapat didefinisikan sebagai komitmen pelanggan terhadap suatu merk, toko, atau pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten. Definisi tersebut mencakup dua komponen penting, yaitu loyalitas sebagai perilaku dan loyalitas sebagai sikap. Ada empat tipe loyalitas, yaitu:

- (1) Tanpa loyalitas
- (2) Loyalitas yang lemah
- (3) Loyalitas tersembunyi
- (4) Loyalitas premium

Berdasarkan pemaparan diatas, dapat ditarik dapat ditarik kesimpulan bahwa ciri-ciri nasabah yang loyal, yaitu:

- (a) *Repeat* yaitu apabila nasabah menggunakan barang atau jasa yang disediakan oleh penyedia jasa yang bersangkutan secara berulang-ulang.
- (b) *Retention* yakni nasabah tidak terpengaruh jasa dan produk yang ditawarkan oleh pihak lain.
- (c) *Refferal* apabila jasa yang diterima memuaskan, maka nasabah akan memberitahukan kepada pihak lain, dan sebaliknya apabila ada ketidakpuasan atas pelayanan yang diterima ia

tidak akan bicara pada pihak lain, tapi justru akan memberitahukan layanan yang kurang memuaskan tersebut pada pihak bank.

f. Nasabah

1) Pengertian Nasabah

Menurut kamus Besar Bahasa Indonesia, nasabah berarti pertalian, orang yang biasa yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank.²² Sedangkan menurut Saladin nasabah adalah konsumen-konsumen sebagai penyedia dana.²³

Menurut Eti Rochaety dan Ratih Tresnanti pengertian nasabah dibagi menjadi dua, yaitu nasabah debitur merupakan nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau yang dipersamakan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan. Sedangkan nasabah penyimpan merupakan nasabah yang menempatkan dananya di bank dengan nasabah yang bersangkutan.²⁴

Menurut Dwi Suwiknyo “Nasabah merupakan yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syari’ah atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan. Nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan

²²Dessy Anwar, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Surabaya: Karya Abditama, 2001), hlm, 288.

²³Djaslin Saladin, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Bank* (Jakarta: Mandiri Maju, 1994), hlm, 7.

²⁴Eti Rochety dan Ratih Tresnanti, *Kamus Istilah Ekonomi* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005), hlm. 229.

nasabah yang bersangkutan”.²⁵ Dalam praktiknya, nasabah dibagi dalam tiga kelompok berikut:

- a) Nasabah baru, artinya nasabah jenis ini baru pertama kali datang ke perusahaan kita. Mungkin saja kedatangannya hanya sekedar untuk memperoleh informasi atau sudah mau melakukan transaksi. Jika semula kedatangannya hanya untuk memperoleh informasi namun karena sikap kita yang baik bukan tidak mungkin nasabah akan melakukan transaksi.
- b) Nasabah biasa (sekunder), artinya nasabah yang sudah pernah berhubungan dengan kita, namun tidak rutin jadi kedatangannya sudah untuk melakukan transaksi. Hanya saja frekuensi transaksinya dan kedatangannya belum terlalu sering. Nasabah jenis ini perlu dengan baik agar dia menambah volume transaksinya dimasa yang akan datang.
- c) Nasabah utama (primer), artinya nasabah yang sudah sering berhubungan dengan kita. Pelanggan atau nasabah primer selalu menjadikan kita nomor satu dalam berhubungan. Pelanggan ini tidak dapat diragukan lagi loyalitasnya dan sikap kita terhadap mereka selalu dipupuk.

2) Sifat-sifat pelanggan

Setiap pelanggan tentu memiliki karakteristik yang berbeda antara yang satu dengan yang lainnya. Berikut ini sifat-sifat

²⁵Dwi Suwiknyo, *Kamus Lengkap Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Media, 2009), hlm. 184.

pelanggan yang harus dikenal agar mampu memberikan pelayanan yang baik:

a) Nasabah mau dianggap sebagai raja

Karyawan harus menganggap nasabah adalah raja. Seorang raja harus dipenuhi semua keinginan dan kebutuhannya. Artinya apa yang diminta oleh sang raja harus segera dipenuhi, tiada kata tidak ada. Pelayanan yang diberikan haruslah seperti melayani dan menuruti kemauan seorang raja.

b) Mau dipenuhi keinginan dan kebutuhannya

Kedatangan nasabah ke perusahaan adalah agar hasrat keinginan terpenuhi. Keinginan dan kebutuhan pelanggan mulai dari hanya ingin memperoleh informasi tentang suatu hal yang belum diketahui oleh pelanggan, atau ada informasi yang kurang jelas sehingga perlu tahu.

c) Tidak mau didebat dan tidak mau disinggung

Pelanggan juga tidak suka didebat artinya dalam hal ini ketika karyawan menyampaikan informasi atau pendapat dan mendapat respons yang kurang baik dari pelanggan maka karyawan perlu menyikapinya secara hati-hati agar pelanggan merasa tidak dibantah atau didebat.

d) Nasabah mau diperhatikan

Perhatian yang diberikan kepada pelanggan adalah mulai dari pelanggan datang selama berhubungan dengan nasabah

sampai dengan berakhirnya pelayanan yang diberikan. Perhatian yang diberikan mulai dari sikap, cara berbicara, dan lainnya.

e) Nasabah ingin selalu dipuji

Pujian atau sanjungan yang diberikan kepada nasabah sangat memberikan manfaat. Misalnya nasabah merasa senang berhubungan dengan perusahaan kita dan ingin selalu mengulang transaksinya. Ada semacam kebanggaan bagi pelanggan karena merasa memperoleh perhatian dari karyawan.

f) Nasabah merupakan sumber pendapatan perusahaan karyawan selalu menganggap bahwa setiap nasabah yang datang merupakan sumber pendapatan perusahaan. Dengan demikian, hendaknya karyawan termotivasi untuk melayani nasabah dengan sebaik-baiknya.

Konsumen merupakan *stakeholder* yang sangat hakiki dalam bisnis modern. Bisnis tidak mungkin berjalan, kalau tidak ada konsumen yang menggunakan produk atau jasa yang dibuat atau ditawarkan oleh perusahaan. Dan dalam hal ini tentu tidak cukup, bila konsumen tampil satu kali saja. Perlulah konsumen yang secara teratur memakai serta membeli produk atau jasa tersebut dan dengan demikian menjadi pelanggan.²⁶

²⁶K. Bertens, *Pengantar Etika Bisnis* (Yogyakarta: Kanisius, 2000), hlm, 227.

Pelanggan dapat diartikan sebagai individu atau unit yang menerima hasil (memanfaatkan jasa) dari suatu perusahaan. Pelanggan adalah fokus dari aktivitas bisnis perusahaan apapun. Dengan demikian, nasabah/pelanggan adalah orang nomor satu di perusahaan.

g. Tahapan loyalitas Nasabah

Untuk dapat menjadi pelanggan yang loyal, seseorang harus memulai beberapa tahapan. Proses ini berlangsung lama, dengan penekanan dan perhatian yang berbeda untuk masing-masing tahap.

Karena setiap tahap mempunyai kebutuhan yang berbeda. Dengan memperhatikan masing-masing tahap dan memenuhi kebutuhan dalam setiap tahap tersebut, perusahaan memiliki peluang yang lebih besar untuk membentuk calon pembeli menjadi pelanggan loyal dan akhirnya menjadi klien perusahaan. Griffin menjelaskan bahwa tingkatan loyalitas terbagi atas 7 tingkat seperti yang terungkap di bawah ini:²⁷

1) *Suspects*

Meliputi semua orang yang mungkin akan menjadi nasabah bank syariah. Kita menyebutnya sebagai *suspects* karena yakin bahwa mereka akan menjadi nasabah bank syariah, tapi belum

²⁷ Jill Griffin, *Customer Loyalty Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan* (Jakarta: Erlangga, 2005), hlm. 73.

tahu apapun tentang bank syariah mana yang akan dipilih dan produk atau jasa apa saja yang ditawarkan.

2) *Prospects*

Adalah orang-orang yang memiliki kebutuhan akan produk atau jasa tertentu, dan mempunyai kemampuan untuk membelinya. Para *prospects* ini, meskipun mereka belum menjadi nasabah, mereka telah mengetahui keberadaan bank syariah dan produk atau jasa tersebut padanya.

3) *Disqualified Prospects* (prospek yang diskualifikasi)

Yaitu *prospects* yang telah mengetahui keberadaan produk atau jasa bank syariah tertentu, tetapi tidak mempunyai kebutuhan akan produk atau jasa bank syariah tersebut.

4) *First Time Customers* (pelanggan pertama-kali)

Yaitu nasabah yang melakukan transaksi untuk pertama kalinya di bank syariah tertentu. Mereka masih menjadi nasabah baru.

5) *Clients*

Clients membeli semua produk atau jasa yang mereka butuhkan pada satu bank syariah tertentu. Mereka melakukan transaksi secara teratur. Hubungan pihak bank dengan nasabah sudah kuat dan berlangsung lama, yang membuat mereka tidak terpengaruh oleh tarikan persaingan produk/jasa bank lain.

6) *Advocates*

Advocates adalah *clients* yang mendorong teman-temannya agar menjadi nasabah bank syariah tersebut. Ia membicarakan tentang produk atau jasa bank syariah tersebut, melakukan pemasaran untuk bank syariah tersebut dan membawa nasabah untuk bank syariah tersebut. Disamping itu ada pula yang disebut *klien* yang hilang, yaitu seseorang yang pernah menjadi nasabah atau klien suatu bank syariah tertentu, tetapi tidak melakukan transaksi lagi dalam periode waktu yang lebih lama daripada siklus transaksi biasanya.

7) *Partners*

Partners pada tahap ini telah terjadi hubungan yang kuat dan saling menguntungkan antara perusahaan dengan pelanggan. Pada tahap ini pula pelanggan berani menolak produk atau jasa dari perusahaan lain.²⁸

Pembelian ulang dapat merupakan hasil dominasi pasar oleh perusahaan yang berhasil membuat produknya menjadi satu-satunya alternatif yang tersedia. Konsekuensinya, pelanggan tidak memiliki peluang untuk memilih. Selain itu, pembelian ulang dapat pula merupakan hasil upaya promosi terus-menerus dalam rangka memikat dan membujuk pelanggan untuk membeli kembali merek yang sama.

²⁸Jill Griffin, *Op. Cit.* hlm. 53.

h. Kesetiaan pelanggan

Kesetiaan pelanggan menjadi kunci sukses, tidak hanya dalam jangka pendek, tetapi keunggulan bersaing berkelanjutan karena kesetiaan pelanggan memiliki nilai strategis. Dalam berbagai literatur pemasaran menyebutkan bahwa kesetiaan pelanggan atau nasabah memiliki nilai strategis bagi perusahaan, antara lain:²⁹

1) Mengurangi biaya pemasaran

Pelanggan setia dapat mengurangi biaya pemasaran. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa biaya untuk mendapatkan pelanggan baru enam kali lebih besar dibandingkan dengan biaya mempertahankan pelanggan yang ada.

2) *Tradeleverage*

Sebuah produk yang memiliki pelanggan setia akan menarik distributor untuk memberikan ruang yang lebih besar dibandingkan dengan produk lain.

3) Menarik pelanggan baru

Pelanggan yang puas dengan produk yang digunakannya dapat mempengaruhi konsumen lain.

²⁹Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 103.

4) Waktu untuk merespons ancaman dari pesaing

Kesetiaan terhadap produk memungkinkan perusahaan memiliki waktu untuk merespons tindakan-tindakan yang dilakukan pesaing.

2. Penelitian Terdahulu

Untuk memperkuat penelitian ini, maka penulis mengambil dua penelitian terdahulu yang berhubungan dengan loyalitas nasabah yaitu:

Tabel. 2.1
Penelitian terdahulu

No	Nama Penulis	Judul Penelitian	Variabel yang Digunakan	Hasil Penelitian
1	Rita Purnama Sari Daulay	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah P.T Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Oloan Ummah Sidempuan	Pelayanan (X) dan Loyalitas Nasabah (Y)	Hasil penelitian ini pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah P.T bank pembiayaan rakyat syariah oloan ummah sidempuan terdapat pengaruh yang positif antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah.
2	Ali Amri Dasopang	Pengaruh Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Unit Pegadaian Syariah Sibuhuan	Pelayanan (X) dan Loyalitas Nasabah (Y)	Dilihat dari uji hipotesis dimana koefisien determinasi (R^2) menunjukkan sebesar 0,322 atau 32,2% artinya bahwa tingkat loyalitas nasabah dapat diterangkan oleh tingkat pelayanan sebesar 32,2%. Dan artinya pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah di unit pegadaian syariah sibuhuan.

3	Muhammad iman fahrian	Pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap loyalitas nasabah bank BNI 46 Malang (studi pada nasabah BNI 46 Malang Kantor Cabang Pembantu Universitas Negeri Malang)	Kualitas Pelayanan (X) dan Loyalitas Nasabah (Y)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kondisi kualitas pelayanan jasa yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Dari kelima variabel tersebut variabel keandalan dan jaminan mempunyai pengaruh yang paling kecil. Hal ini dapat dilihat dari hasil signifikan-nya yang hanya sebesar 0,49 untuk variabel keandalan dan 0,47 untuk variabel jaminan.
4	Lutfhi tian wibrianto	Hubungan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah (studi kasus pada BPRS risalah ummat.	Kepuasan nasabah (X) dan loyalitas nasabah (Y)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa responden laki-laki lebih banyak dibandingkan responden perempuan. Dan hubungan antara kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah adalah tidak signifikan.

Adapun perbedaan penelitian saya dengan penelitian terdahulu ialah sebagai berikut:

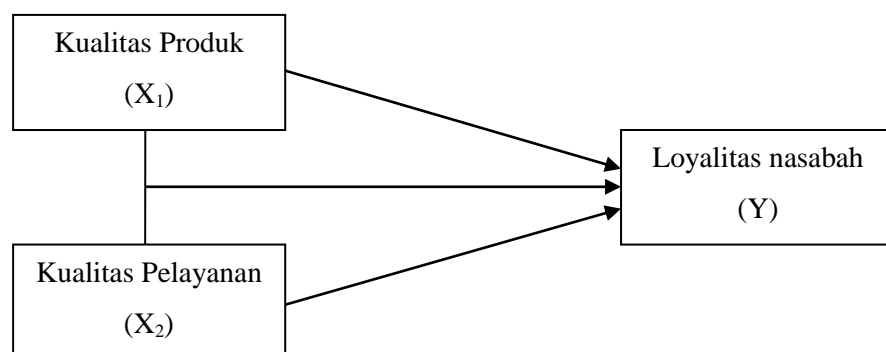
Perbedaan penelitian saya dengan penelitian Rita, Ali dan iman serta adalah dimana kedua keempat tersebut menggunakan variabel pelayanan sebagai variabel X, dan variabel loyalitas nasabah adalah variabel Y. Dan penelitian Rita dilakukan di P.T Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Oloan Ummah Sidempuan. dan Penelitian Ali dilakukan di unit Pegadaian Syariah Sibuhuan, dan penelitian dari iman dan lutfhi dilakukan

BNI 46 Malang Kantor Cabang Pembantu Universitas Negeri Malang. Serta lutfhi melakukan penelitian BPRS risalah ummat. Sedangkan saya menggunakan 2 variabel X dan 1 Variabel Y dan melakukan penelitian di PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan.

3. Kerangka Pikir

kerangka pikir merupakan urutan-urutan logis dari pemikiran peneliti untuk memecahkan suatu masalah penelitian, yang dituangkan dalam bentuk bagan dan penjelasannya. Berdasarkan pada hasil landasan teori dan penelitian terdahulu yang telah diuraikan diatas, maka variabel independen dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk sebagai X_1 , Kualitas Pelayanan sebagai X_2 , sedangkan variabel dependen meliputi Loyalitas Nasabah sebagai Y. Untuk memudahkan dalam melakukan penelitian dibuat suatu kerangka teoritis yang akan menjadi arahan dalam melakukan pengumpulan data serta analisisnya, secara sistematis kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar. 2.1
Kerangka Pikir



4. Hipotesis

Hipotesis adalah suatu pendapat atau kesimpulan yang sifatnya masih sementara dan arti sesungguhnya belum bernilai (mencapai) sebagai suatu yang belum diuji kebenarannya. Hipotesis dari penelitian ini adalah :

- H₁: Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan.
- H₂ : Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan.
- H₃ : Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metodologi Penelitian

1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian akan dilakukan di PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu syariah Panyabungan dan lokasi ini sengaja di pilih sebagai tempat penelitian karena sedikit banyaknya peneliti telah mengenal dan meneliti keberadaan bank tersebut. PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan yang beralamat di Jl. Willem Iskandar No. 68 Panyabungan kota. Waktu penelitian ini dilaksanakan mulai dari bulan Oktober sampai dengan selesai.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode untuk menguji teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel-variabel ini diukur sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik.¹ Penelitian kuantitatif ini adalah suatu proses menemukan keterangan mengenai Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan. Variabel X pada penelitian ini adalah Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan sedangkan yang menjadi variabel Y adalah Loyalitas Nasabah.

¹Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah* (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 38.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi digunakan untuk menyebutkan seluruh elemen atau anggota dari suatu wilayah yang menjadi sasaran penelitian atau merupakan keseluruhan dari penelitian.² Jadi dalam penelitian ini yang dijadikan populasi adalah seluruh jumlah nasabah aktif Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah panyabungan adalah sebanyak ± 1.433 orang.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.³ Sedangkan jumlah sampel dalam penelitian ini dapat ditentukan dengan rumus *Slovin* yaitu :

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir atau diinginkan 10%.

$$n = \frac{1.433}{1+1.433 (0,1)^2}$$

$$n = 93,4.$$

$$n = 93 \text{ Responden}$$

²*Ibid.*, hlm. 147.

³Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 116.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan ialah convenience sampling. convenience sampling adalah prosedur untuk mendapatkan unit sampel menurut keinginan peneliti. Pada umumnya peneliti menggunakan metode ini untuk memperoleh daftar pertanyaan dalam jumlah yang besar dan lengkap secara cepat dan hemat.

4. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data primer. Menurut Sugiyono data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.”⁴

5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data tentang pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah, maka metode yang digunakan adalah riset lapangan. Riset lapangan adalah melakukan penelitian dilapangan untuk memperoleh data atau informasi secara langsung dengan mendatangi responden yang telah ditentukan dengan melalui penyebaran angket (kuesioner), dokumentasi.

a. Metode Kuesioner (angket)

Metode kuesioner adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain dengan maksud agar orang yang diberi tersebut bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna.⁵

Angket yang digunakan sebagai teknik pengumpulan data dalam

⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2001), hlm. 281.

⁵Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi: Teori dan Aplikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 115.

penelitian ini menggunakan skala *likert* dengan rumusan sebagai berikut:⁶

Tabel.3.1
Alternatif Jawaban

Keterangan	Bobot
SS : sangat setuju	5
S : setuju	4
KS : kurang setuju	3
TS : tidak setuju	2
STS : sangat tidak setuju	1

Dengan menggunakan skala likert lima poin, caranya dengan menghadapkan responden pada sejumlah pertanyaan dan kemudian diminta untuk memberikan jawaban atas tingkat pelaksanaan yang terdiri dari sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Adapun indikator angketnya adalah sebagai berikut:

Tabel.3.2
Indikator Kualitas Produk

Variabel	Indikator	Nomor Soal
Kualitas produk (X ₁)	1. Sesuai dengan kebutuhan dan penggunaan	1, 2
	2. Memuaskan keinginan pemakai	3, 4
	3. Ekonomis	6, 7
	4. Kesesuaian dengan spesifikasi	5

Tabel.3.3
Indikator Kualitas Pelayanan

Variabel	Indikator	Nomor soal
Kualitas pelayanan (X ₂)	1. Tangible (berwujud)	8, 9, 10, 11
	2. Empathy (empati)	12, 13
	3. Responsiveness (cepat tanggap)	14, 15, 16
	4. Reliability (keandalan)	16, 17
	5. Assurance (kepastian)	18, 19

⁶Sugiyono, *Op. Cit.* hlm. 199.

Tabel.3.4
Indikator Loyalitas Pelanggan

Variabel	Indikator	Nomor soal
Loyalitas Nasabah (Y)	1. Melakukan pembelian ulang	20, 21
	2. Nasabah membeli produk lain di tempat yang sama	22, 23
	3. Nasabah mereferensikan kepada orang lain	24, 25
	4. Nasabah tidak terpengaruh kepada produk yang ditawarkan pihak lain	26

b. Dokumentasi

Dokumentasi seperti catatan lapangan, rekaman, dokumen pribadi, catatan atau memo, dokumen resmi atau bukan dan lain-lain yang dianggap dapat menguatkan penelitian.

6. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

a. Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan keabsahan suatu instrument. Instrument dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data variabel yang diteliti secara tepat.⁷

b. Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data

⁷Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006) hlm. 144-145.

karena instrumen sudah baik. Reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu instrumen dapat memberi hasil.

7. Teknik Analisis Data

Data penelitian yang terkumpul tersebut akan diolah dan dianalisis dengan menggunakan beberapa metode analisis data. Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain:

a. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah kegiatan menyimpulkan data mentah dalam jumlah yang besar sehingga hasil dapat ditafsirkan.⁸ Analisis ini berupa tabel, grafik, nilai, rata-rata, standar deviasi dan lain-lain.

b. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan salah satu bagian uji persyaratan analisis data, artinya sebelum melakukan analisis yang sesungguhnya, data penelitian tersebut harus di uji kenormalan distribusinya. Hal ini disebabkan secara umum data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal. Uji *Kolmogrov Smirnov* merupakan pengujian normalitas yang banyak dipakai, terutama setelah adanya banyak program statistik yang beredar. Kelebihan dari uji ini adalah

⁸Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2013), hlm. 198.

sederhana dan tidak menimbulkan perbedaan persepsi diantara satu pengamat dengan pengamat lain, yang sering terjadi pada uji normalitas dengan menggunakan grafik.

Dasar pengambilan keputusan Uji Normalitas adalah sebagai berikut:

- 1) Data berdistribusi normal, jika nilai signifikansi $\geq 0,01$.
- 2) Data berdistribusi tidak normal, jika nilai signifikansi $\leq 0,01$.

2) Uji Linear

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linear.

3) Uji Asumsi Klasik

Pada penelitian ini, peneliti akan melakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari:

1) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda.

2) Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke

pengamatan lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, disebut homokedastisitas, sementara itu untuk yang berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas.

4) Uji Determinasi R^2

Uji koefisien determinasi R^2 adalah uji yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat.⁹

5) Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan oleh peneliti, apabila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel *dependent*. Analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel *dependent* dua atau lebih.¹⁰

Persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y	= Loyalitas nasabah
a	= Konstanta
b_1b_2	= Koefisien regresi variabel bebas
X_1	= Kualitas produk
X_2	= Kualitas layanan
e	= Batasan kesalahan acak

6) Uji Hipotesis

⁹Mudjarad Kuncoro, *Op. Cit.* hlm. 240.

¹⁰Sugiyono, *Op. Cit.* hlm. 277.

Untuk menguji hipotesis, pengujian dapat dilakukan dengan menggunakan:

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen maka digunakan tingkat signifikan sebesar 5 % atau 0.05. setelah t_{hitung} diperoleh, maka untuk menginterpretasikan hasilnya berlaku ketentuan sebagai berikut:¹¹

- a) Jika $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} , maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- b) Jika $t_{hitung} <$ dari t_{tabel} , maka H_0 diterima dan H_a di tolak, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

b. Uji Simultan (Uji f)

Uji f digunakan untuk menguji pengaruh dari variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen.

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima ($\alpha = 0,05$).

¹¹Setiawan, dan Dewi Endah Kusriani, *Ekonometrika* (Yogyakarta: Andi Offset, 2010), hlm. 83.

- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak ($\alpha = 0,05$).

B. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini dijabarkan sistematika pembahasan penelitian yang terdiri dari lima bab. Hal ini dimaksud untuk penulisan laporan penelitian yang sistematis, jelas dan mudah dipahami. Masing-masing bab terdiri dari beberapa sub bab dengan rincian sebagai berikut:

Bab I merupakan pendahuluan yang berisi uraian latar belakang masalah, identifikasi masalah, definisi operasional variabel, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika pembahasan. Secara umum, seluruh sub bahasan yang ada dalam pendahuluan membahas tentang hal yang melatarbelakangi suatu masalah untuk diteliti. Masalah yang muncul tersebut akan diidentifikasi kemudian memilih beberapa poin sebagai batasan masalah dari identifikasi masalah yang ada. Batasan masalah yang telah ditentukan akan dibahas mengenai definisi, indikator, dan skala pengukuran berkaitan dengan variabel penelitian. kemudian dari identifikasi masalah yang ada, maka masalah akan dirumuskan sesuai dengan tujuan dari penelitian tersebut yang nantinya penelitian ini akan berguna bagi peneliti, perguruan tinggi, dan peneliti selanjutnya.

Bab II merupakan landasan teori yang terdiri dari kerangka teori, penelitian terdahulu, kerangka pikir, dan hipotesis. Secara umum, seluruh sub bahasan yang ada dalam landasan teori membahas tentang penjelasan

mengenai variabel penelitian secara teori yang dijelaskan dalam kerangka teori. Kemudian teori-teori yang berkaitan dengan variabel penelitian tersebut akan dibandingkan dengan pengimplikasiannya sehingga akan terlihat jelas masalah yang terjadi. Setelah itu, penelitian ini akan dilihat dan dibandingkan dengan penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan variabel yang sama. Teori yang ada tentang variabel penelitian akan digambarkan bagaimana pengaruhnya antar variabel dalam bentuk kerangka pikir. Kemudian membuat hipotesis yang merupakan jawaban sementara tentang penelitian.

Bab III merupakan metodologi penelitian yang terdiri dari lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, serta analisis data. Secara umum, seluruh sub bahasan yang ada dalam metodologi penelitian membahas tentang lokasi dan waktu penelitian serta jenis penelitian. Setelah itu, akan ditentukan populasi ataupun yang berkaitan dengan seluruh kelompok orang, peristiwa atau benda yang menjadi pusat perhatian peneliti untuk diteliti dan memilih beberapa atau seluruh populasi sebagai sampel dalam penelitian. Data-data yang dibutuhkan akan dikumpulkan guna memperlancar pelaksanaan penelitian. Setelah data terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah melakukan analisis data sesuai dengan berbagai uji yang diperlukan dalam penelitian tersebut.

Bab IV merupakan hasil penelitian dan pembahasan yang berisi analisis dan pembahasan penelitian. Secara umum, seluruh sub bahasan

yang ada dalam hasil penelitian adalah membahas tentang hasil penelitian. mulai dari pendeskripsian data yang akan diteliti secara rinci, kemudian melakukan analisis data menggunakan teknik analisa data yang telah dicantumkan dalam bab III sehingga diperoleh hasil analisa yang dilakukan dan membahas tentang hasil yang telah diperoleh.

Bab V merupakan penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran. Secara umum, seluruh sub bahasan yang ada dalam penutup adalah membahas tentang kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini setelah menganalisis data dan memperoleh hasil dari penelitian ini.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Perkembangan PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan

Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara didirikan pada tanggal 04 November 1961 dengan Akte Notaris Rusli No.22 dalam bentuk Perseroan Terbatas. Berdasarkan UU No. 13/1962 tentang ketentuan pokok Bank Pembangunan Daerah, bentuk usaha diubah menjadi Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) sesuai Pemerintahan Daerah Tk.I Sumatera Utara No. 05/1965, dengan modal dasar pada saat itu sebesar Rp. 100 Juta dan sahamnya dimiliki oleh Daerah Tingkat I Sumatera Utara dan Pemerintah Daerah Tingkat II.

Salah satunya yang merupakan Bank Umum Milik Daerah seperti Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara (BPDSU) yang sekarang dikenal dengan Bank Sumut yang sigap dalam melihat peluang pasar perbankan syariah yang berperan sebagai tempat pelayanan kepada masyarakat dengan tetap memberikan pelayanan terbaik dalam melayani kebutuhan masyarakat Sumatera Utara yang ingin bertransaksi secara syariah, maka pada tanggal 04 November 2004 PT. Bank Sumut membuka unit usaha syariah yaitu di Medan dan Padangsidempuan yang kemudian berkembang dengan dibukanya kantor cabang pembantu syariah di Panyabungan. PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan berfungsi sebagai

sebagai penggerak dan pendorong laju pembangunan di daerah, bertindak sebagai pemegang kas daerah. PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan merupakan bank non devisa yang berkantor pusat di jalan imam bonjol nomor 18.

2. Visi dan Misi

Secara konsep PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan memiliki cara pandang yang jauh ke depan kemana perusahaan harus dibawa, harus eksis, antisipatif dan inovatif. Visi merupakan suatu gambaran yang menentang tentang keadaan masa depan yang diinginkan oleh manajemen dan *stakeholder*. Adapun visi yang ditetapkan oleh bank sumut syariah menjadi bank andalan untuk membantu dan mendorong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah di segala bidang serta sebagai salah satu sumber pendapatan daerah dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.

Perusahaan untuk mewujudkan visi yang telah ditetapkan, maka setiap proses harus mempunyai misi yang jelas, karena misi merupakan pernyataan yang menetapkan tujuan perusahaan dan sasaran yang ingin dicapai, juga merupakan pernyataan yang harus dilaksanakan oleh manajemen yang harus memperlihatkan secara jelas hal apa yang penting bagi perusahaan.

Misi dari Bank Sumut Syariah adalah mengelola dana pemerintah dan masyarakat secara profesional yang dalam pelaksanaannya dilakukan dengan selalu berpedoman pada prinsip *Good Corporate*

Governance (GCG). Divisi Usaha Syariah menetapkan visi dan misi sebagai berikut :

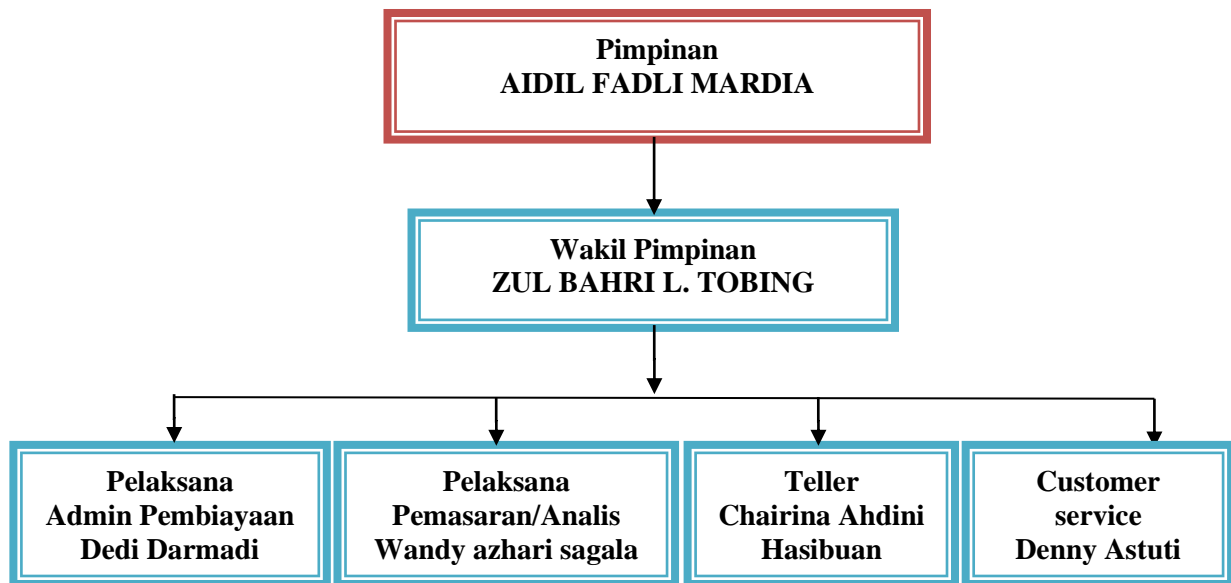
- a. Visi Bank Sumut Cabang Syariah adalah meningkatkan keunggulan bank sumut dengan memberikan layanan yang lebih luas berdasarkan prinsip syariah sehingga mendorong partisipasi masyarakat secara luas dalam pembangunan daerah dalam jangka mewujudkan masyarakat yang sejahtera.
- b. Misi Bank Sumut Cabang Syariah adalah meningkatkan posisi PT. Bank Sumut melalui prinsip layanan Perbankan Syariah yang aman, adil dan saling menguntungkan serta dikelola secara professional dan amanah.

3. Struktur Organisasi PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan

Struktur organisasi adalah susunan komponen-komponen (unit-unit kerja) dalam organisasi, dan menjelaskan hubungan-hubungan yang ada untuk membantu pimpinan atau ketua umum dalam mengidentifikasi, mengkoordinir tingkatan-tingkatan dan seluruh fungsi yang ada dalam suatu organisasi.

Struktur organisasi PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah senantiasa menyesuaikan diri dengan perkembangan bisnis, sekaligus mengantisipasi dinamika perubahan lingkungan bisnis.

Adapun struktur organisasi serta pembagian tugas dan tanggung jawab pada PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah terdiri dar



Gambar. 4.1: Struktur Organisasi PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan.

1. Tugas Pemimpin Cabang Pembantu Syariah

- a. Memimpin, mengkoordinasi mengarahkan, membimbing, mengawasi, dan mengevaluasi.
 - 1) Kegiatan penghimpun dana, penyalur pembiayaan, pemasaran jasa-jasa bank dan pemasaran layanan syariah sesuai rencana bank.
 - 2) Kegiatan administrasi pembiayaan, pengelolaan likuiditas, penyelesaian pembiayaan *non lencer*, pembuat laporan dan kearsipan sesuai ketentuan yang berlaku.
 - 3) Kepatuhan pejabat dan pegawai terhadap pelaksanaan Standar Operasional Prosedur dilingkungan Kantor Cabang Pembantu Syariah dan unit kantor dibawahnya.

- 4) Pelaksanaan ``Standar pelayanan Bank Sumut oleh pejabat dan pegawai dilingkungan Kantor Cabang Pembantu Syariah dan unit kantor dibawahnya.
- 5) Penggunaan te`knologi Informasi oleh pejabat dan pegawai di lingkungan Kantor Cabang Pembantu Syariah dan unit kantor dibawahnya.

2. Tugas Wakil Pimpinan Cabang Pembantu Syariah

Membantu pimpinan cabang pembantu syariah dalam :

- a. Mengajukan rencana anggaran, investasi, invetaris untuk unit kerja dibawah koordinasi yang akan dituangkan kedalam rencana kerja anggaran tahunan bank.
- b. Menyusun program kerja dibawah koordinasinya sehubungan dengan upaya pencapaian target rencana kerja dan melakukan pemantauan serta mengevaluasi pelaksanaan.
- c. Menindak lanjuti hasil temuan dan atau rekomendasi *control Intern* Satuan Pemeriksaan Internal (SPI) Pemeriksaan Eksternal serta melaporkan tindak lanjut temuan kepada pimpinan cabang pembantu syariah.
- d. Melakukan evaluasi atas kinerja unit kantor/ kerja dibawah koordinasinya.
- e. Menghadiri dan memberikan pendapat dalam rapat kelompok pemutus pembiayaan.
- f. Memeriksa kebenaran lampiran neraca.

- g. Memberikan saran atau pertimbangan kepada pimpinan cabang pembantu.
- h. Melakukan koordinasi kerja dengan unit kerja dikantor pusat maupun unit kerja dibawah koordinasinya.
- i. Membuat laporan terkait Operasional Bank sesuai ketentuan yang berlaku
- j. Melaksanakan tugas lainnya sesuai fungsi dan aktivitas unit kerja dibawah koordinasinya.

3. Customer Service

Pekerjaan customer service bank juga sebagai sumber info sekaligus penghubung pada bank serta nasabah yang memerlukan penjelasan tentang layanan seta produk bank customer service sesuai yang sudah digariskan bank. Fungsi dan tugas customer service:

- a. Sebagai resepsionis
- b. Sebagai deskman,
 - 1) Melayani pertanyaaan nasabah dan memberikan informasi tentang produk atau jasa bank sumut selengkap mungkin.
 - 2) Menjelaskan produk keunggulan produk PT. Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan di bandingkan produk bank pesaing.
 - 3) Mempersiapkan berbagai brosur dan formulir untuk kepentingan nasabah.

c. Sebagai salesman:

- 1) Melakukan *moorning call* yaitu menyapa nasabah yang kurang aktif bertransaksi serta menawarkan produk dan jasa bank (*teller marketing*).
- 2) Melakukan *cross-selling* terhadap penjualan yang dilakukan
- 3) Mengadakan pendekatan dan mencari nasabah baru

d. Sebagai *customer relation officer*, dengan tugas:

- 1) Membina hubungan baik dengan nasabah dan menjaga *image* PT. Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan
- 2) Membujuk dan meyakinkan agar apabila menghadapi masalah, nasabah tetap bertahan dan tidak beralih dari bank.
- 3) Melakukan komunikasi dengan nasabah melalui telepon atau berhadapan langsung.

e. Sebagai komunikator dengan tugas :

- 1) Meghubungi nasabah dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara bank sumut dengan nasabah.
- 2) Menangani keluhan, keberatan da permasalahan nasabah.
- 4) Menjelaskan kebijakan baru PT. Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan dalam hal pelayanan kepada nasabah.

4. Teller

Tugas seorang teler secara umum yaitu menangani, membantu, dan memberikan solusi bagi semua nasabah yang ingin melakuka transaksi

perbankan termasuk di dalamnya memberikan jasa layanan uang tunai maupun non tunai.

Fungsi dan tugas teller:

- a. Menerima setoran tabungan, deposito berjangka dan angsuran kredit.
- b. Membayarkan deposito berjangka dan kredit atas persetujuan direksi.
- c. Meyetorkan uag setoran kredit tabungan dan deposito ke bank.
- d. Mecatat transaksi penerimaan dan pengeluaran kas dalam buku kas harian teller.
- e. Membayarkan pengeluaran atas biaya-biaya atau pembelian barang atas persetujuan *Heard Marketing and Finance* atau direksi.
- f. Menyetorkan kas teller sore hari kepada kordinator administrasi dan keuangan untuk diperiksa kebenarannya

5. Back office

Fungsi dan tugas Back Office

- a. Sebagai salesman dengan tugas
 - 1) Mencari prospektus nasabah dengan mengadakan pendekatan dalam rangka mencari nasabah baru.
 - 2) Melakukan presentase dalam menawarkan produk dengan jasa bank sesuai kebutuhan calon nasabah serta menjelaskan keunggulannya dibandingkan produk bank pesaing

b. Sebagai *negotiator*, dengan tugas:

- 1) Mencari informasi dari berbagai sumber tentang kebutuhan transaksi perbankan calon nasabah, kemudian membuat *appointment* dengan calon nasabah untuk presentase produk jasa yang dibutuhkan.
- 2) Melakukan negosiasi dengan nasabah sesuai wewenangya misalnya tentang bagi hasil, fitur dan fasilitas produk, Mempersiapkan berbagai brosur berbagai brosur dan formulir untuk keperluan nasabah

c. Sebagai *customer relation officer*, dengan tugas:

- 1) Membina hubungan dengan customer *relationship* melalui personal *touch* yang profesional dengan nasabah dan menjaga *image* Bank Sumut Cabang Syariah.
- 2) Membujuk dan meyakinkan agar nasabah apabila menghadapi masalah, nasabah tetap tahan dan tidak beralih dari Bank Sumut Cabang Syariah.
- 3) Melakukan komunikasi dengan nasabah melaui telepon atau berhadapan langsung Melakukan follow up untuk memastikan calon nasabah merealisir transaksinya

d. Sebagai komunikator dengan tugas:

- 1) Menghubungi nasabah dan memberi informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya dengan Bank Sumut Cabang Syariah dan nasabah.
- 2) Menangani keluhan, keberatan dan permasalahan nasabah.

- 3) Menjelaskan kebijakan baru bank sumut kepada nasabah dalam hal produk dan jasa.

4. Produk-produk PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan

PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan memiliki komitmen untuk menyediakan produk dan jasa yang dilandasi prinsip syariah Islam dan pemberdayaan modal secara produktif demi memudahkan para nasabah dalam kemudahan investasi dan keamanan. Adapun produk dan jasa keuangan yang ditawarkan oleh PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan sebagai berikut :

a. Produk Penghimpunan Dana

1) Tabungan

a) Tabungan Haji (*Makbul*)

Tabungan *makbul* adalah tabungan yang hanya dikhususkan untuk para nasabah yang ingin menunaikan ibadah haji.

b) Tabungan iB Martabe (Tabungan *Marwah*)

c) Tabungan *Marwah* berdasarkan fatwa MUI No. 02/DSN/MUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H/I April 2000. Tabungan *marwah* adalah tabungan yang hanya bersifat titipan saja oleh pihak pengelola dana.

d) Tabungan iB Martabe Bagi Hasil (Tabungan *Marhamah*)

Tabungan *marhamah* berdasarkan Fatwa MUI No. 02/DSN/MUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H/I April 2000.

Tabungan *marhamah* berdasarkan prinsip *mudharabah mutlaqah* yaitu investasi yang dilakukan oleh nasabah dan sebagai pengelola dana pihak bank.

2) Giro

a) Simpanan Giro *Wadiah*

Simpanan giro *wadiah* berdasarkan Fatwa MUI No. 02/DSN/MUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H/I April 2000. Simpanan giro adalah tabungan yang hanya bersifat titipan saja oleh pihak pengelola dana.

b) Simpanan Giro *Mudharabah*

Simpanan giro *mudharabah* Simpanan giro *wadiah* berdasarkan Fatwa MUI No. 02/DSN/MUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H/I April 2000. Simpanan giro adalah tabungan yang menitipkan dana dengan menggunakan akad *mudharabah* dan mengelolanya secara profesional.

3) Deposito

Deposito menurut Undang-undang No. 21 tahun 2008 adalah investasi dana berdasarkan akad *mudharabah* yang penarikannya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad antara nasabah penyimpan dan bank syariah dan/ atau UUS.

b. Produk Penyaluran Dana (Pembiayaan)

1) Pembiayaan *Murabahah*

a) *Murabahah* KPR iB-Griya

Murabahah KPR iB-Griya ini merupakan pembiayaan yang digunakan oleh nasabah yang ingin membeli rumah baru dengan memohon pembiayaan kepada pihak bank untuk pembayaran di muka oleh bank yang bersangkutan kemudian nasabah yang akan menyicil kepada pihak perusahaan.

b) *Murabahah* iB Serbaguna

Murabahah iB Serbaguna merupakan bentuk pembiayaan yang digunakan untuk keperluan serbaguna yang dibutuhkan oleh nasabah dalam usaha ataupun keperluan lainnya guna mencukupi kebutuhan hidup, *Murabahah* iB Serbaguna terdiri dari *murabahah* investasi dan *murabahah* konsumsi.

2) Pembiayaan iB Modal Kerja Umum

Pembiayaan iB Modal Kerja Umum menggunakan prinsip bagi hasil yaitu dengan akad *mudharabah* dan *musyarakah*.

3) Gadai Emas

Gadai emas merupakan pembiayaan yang bisa digunakan bilamana nasabah yang memohon mempunyai emas untuk digadaikan. Dimana jumlah yang dapat dipinjam sesuai dengan berat dan harga emas tersebut.

A. Hasil Penelitian

Penelitian berjudul Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan. Berdasarkan hasil angket yang diperoleh

dapat dilihat deskriptif hasil penelitian mengenai variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian peneliti.

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah data yang ada valid atau tidak. Untuk pengujian validitas digunakan 93 responden dengan 7 butir pernyataan untuk variabel (X_1), 12 butir pernyataan untuk variabel (X_2), 7 butir pertanyaan untuk variabel (Y), Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Dimana r_{tabel} dicari pada signifikansi 10% atau 0,1 dengan derajat kebebasan (df)= $n-2$, dimana n =jumlah sampel, jadi $df=93-2=91$, maka diperoleh r_{tabel} sebesar 0,171 (tabel r terlampir). Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Pearson Correlation* Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$) dan nilai r positif maka butir pernyataan tersebut dikatakan valid. Untuk mengetahui validitas pernyataan-pernyataan tersebut dapat dilihat dari nilai *Correlated* pada output *SPSS Versi 22* yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

a. Uji Validitas Variabel X_1

Tabel. 4. 1
Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X_1)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Item1	0,601	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=91$ pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} 0,171$	Valid
Item2	0,673		Valid
Item3	0,639		Valid
Item4	0,687		Valid
Item5	0,414		Valid
Item6	0,710		Valid
Item7	0,593		Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Berdasarkan hasil analisis dari tabel 4.1 di atas, dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-7 untuk variabel kualitas produk adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} adalah 0,171. Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Pearson Correlation* dan nilai r positif.

b. Uji Validitas Variabel X_2

Tabel 4. 2
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Item1	0,615	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=91$ pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} 0,171$.	Valid
Item2	0,748		Valid
Item3	0,627		Valid
Item4	0,729		Valid
Item5	0,589		Valid
Item6	0,672		Valid
Item7	0,729		Valid
Item8	0,460		Valid
Item9	0,644		Valid
Item10	0,680		Valid
Item11	0,396		Valid
Item12	0,480		Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Berdasarkan hasil analisis dari tabel 4.2 di atas, dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-12 untuk variabel Kualitas Pelayanan adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} adalah 0,171. Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Korelasi Pearson* dan nilai r positif.

c. Uji Validitas Variabel Y

Tabel 4. 3
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah(Y)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Item1	0,606	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=91$ pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} 0,171$.	Valid
Item2	0,414		Valid
Item3	0,410		Valid
Item4	0,726		Valid
Item5	0,790		Valid
Item6	0,712		Valid
Item7	0,690		Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Berdasarkan hasil analisis dari tabel 4.3 di atas, dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-7 untuk variabel Kepuasan Nasabah adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} adalah 0,171. Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Korelasi Pearson* dan nilai r positif.

2. Uji Reliabilitas

a. Uji Realibilitas Variabel X_1

Tabel 4. 4
Uji Reliabilitas pada Kualitas Produk (X_1)

Cronbach's Alpha	N of Items
,718	7

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai *Cronbach Alpha* untuk variabel X_1 (Kualitas Produk) sebesar 0,718. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$. Jadi dapat disimpulkan bahwa butir-butir instrumen penelitian tersebut

dikatan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 atau (0,718 > 0,60).

b. Uji Realibilitas Variabel X_2

Tabel 4. 5
Uji Reliabilitas pada Kualitas Pelayanan (X_2)

Cronbach's Alpha	N of Items
,858	12

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai *Cronbach Alpha* untuk variabel X_2 (Kualitas Pelayanan) sebesar 0,858. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Jadi dapat disimpulkan bahwa butir-butir instrumen penelitian tersebut dikatan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 atau (0,858> 0,60).

c. Uji Realibilitas Variabel Y

Tabel 4. 6
Uji Reliabilitas pada Loyalitas Nasabah (Y)

Cronbach's Alpha	N of Items
,742	7

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai *Cronbach Alpha* untuk variabel Y (Loyalitas Nasabah) sebesar 0,742. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Jadi dapat disimpulkan bahwa butir-butir instrumen penelitian tersebut dikatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 atau (0,742>0,60).

3. Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Uji statistik deskriptif dapat dilakukan dengan cara mencari *mean*, minimum, maksimum dan *standard deviation* dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.7
Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Produk	93	19	35	28,04	3,432
Kualitas Pelayanan	93	29	56	45,12	6,243
Loyalitas Nasabah	93	15	33	27,01	3,308
Valid N (listwise)	93				

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

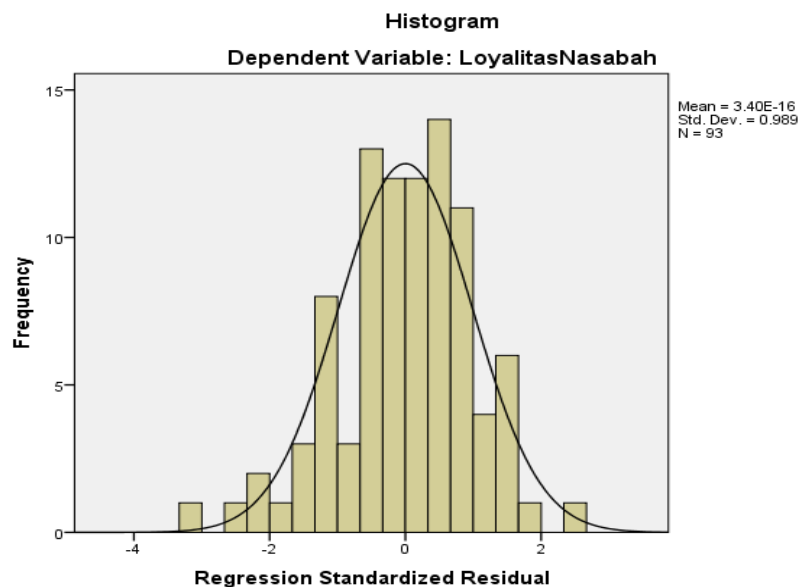
Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa variabel Kualitas Produk dengan jumlah data (N) sebanyak 93 mempunyai nilai *mean* sebesar 28,04 dengan nilai minimum 19 dan nilai maksimum 35 serta standar deviasinya sebesar 3,432. Variabel Kualitas Pelayanan dengan jumlah data (N) sebanyak 93 mempunyai nilai *mean* sebesar 45,12 dengan nilai minimum 29 dan nilai maksimum 56 serta standar deviasinya sebesar 6,243. Variabel Loyalitas Nasabah dengan jumlah data (N) sebanyak 93 mempunyai nilai *mean* sebesar 27,01 dengan

nilai minimum 15 dan nilai maksimum 33 serta standar deviasinya sebesar 3,308.

4. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas mempunyai distribusi normal atau tidak. Pada grafik histogram jika distribusi data tidak menceng ke kiri atau ke kanan maka distribusi data tersebut normal. Pada grafik *Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual* jika titik-titik menyebar disekitar dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual tersebut sudah normal. Adapun hasil uji normalitas dalam penelitian ini sebagai berikut.

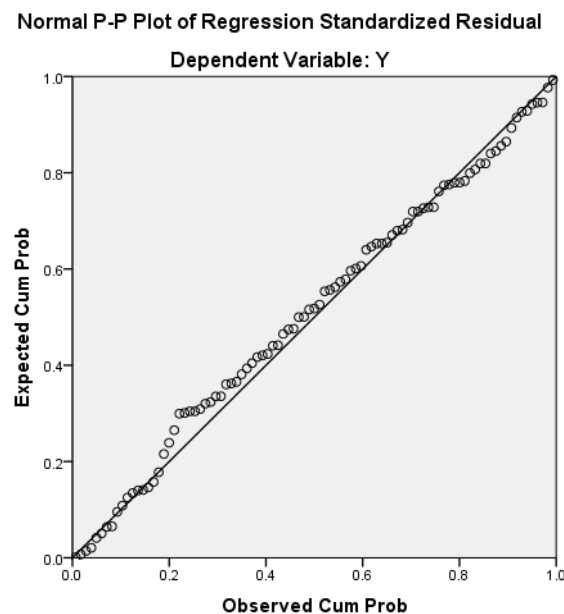
Gambar. 4. 2
Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram



Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Berdasarkan grafik histogram di atas distribusi data tidak menceng ke kiri atau ke kanan maka dapat disimpulkan bahwa pola distribusi data tersebut normal.

Gambar. 4. 3
Hasil Uji Normalitas
Grafik *Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual*



Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Berdasarkan grafik *Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual* di atas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual tersebut sudah normal.

5. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas dengan variabel terikat mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier jika nilai Sig. > 0,1 dan jika nilai Sig. < 0,1 maka dinyatakan tidak linier.

a. Uji Linieritas Kualitas Produk dengan Loyalitas Nasabah

Tabel 4. 6
Hasil Uji Linieritas
ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas Nasabah * Kualitas Produk	Between Groups	(Combined)	301.498	13	23.192	2.597	.005
		Linearity	194.350	1	194.350	21.763	.000
		Deviation from Linearity	107.148	12	8.929	1.000	.457
	Within Groups		705.492	79	8.930		
	Total		1006.989	92			

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Berdasarkan tabel di atas nilai Sig. sebesar 0,457. Signifikansi pada linieritas sebesar 0,457. Signifikan kurang dari 0,1 ($0,457 < 0,1$) menunjukkan bahwa ada hubungan yang linier antara variabel loyalitas nasabah dengan variabel kualitas produk.

b. Uji Linieritas Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Nasabah

Tabel 4. 7
Hasil Uji Linieritas
ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas Nasabah * Kualitas Pelayanan	Between Groups	(Combined)	668.956	25	26.758	5.304	.000
		Linearity	434.881	1	434.881	86.196	.000
		Deviation from Linearity	234.075	24	9.753	1.933	.018
	Within Groups		338.033	67	5.045		
	Total		1006.989	92			

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Berdasarkan tabel di atas nilai Sig. sebesar 0,018. Jadi, dapat disimpulkan nilai Sig. $> 0,1$ ($0,018 > 0,1$) menunjukkan bahwa hubungan antara variabel Loyalitas Nasabah dengan variabel Kualitas Pelayanan adalah linier.

6. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas adalah jika nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,1 (nilai *Tolerance* $> 0,1$) dan jika nilai VIF lebih kecil dari 10 (nilai VIF < 10). Hasil uji multikolinearitas penelitian ini sebagai berikut.

Tabel 4. 8
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	12.291	2.2`01		5.583	.000		
KualitasProduk	-.103	.114	-.107	-.908	.366	.450	2.223
KualitasPelayanan	.390	.062	.737	6.246	.000	.450	2.223

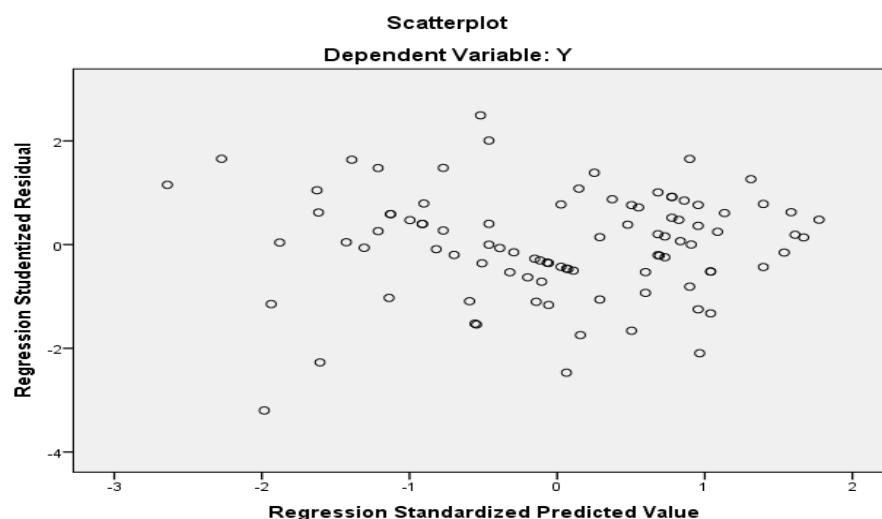
Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai *Tolerance* dari variabel Kualitas Produk adalah $0,450 > 0,1$, variabel Kualitas Pelayanan adalah $0,450 > 0,1$. sehingga bebas dari multikolinearitas. Selanjutnya berdasarkan nilai VIF dari variabel Kualitas Produk adalah $2,223 < 10$, variabel Kualitas Pelayanan adalah $2,223 < 10$, sehingga bebas dari multikolinearitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Suatu model regresi dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila titik-titik pada *scatterplot* regresi tidak membentuk pola tertentu seperti menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hasil uji heteroskedastisitas sebagai berikut:

Gambar.4.4
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa titik-titik tidak membentuk suatu pola tertentu. Titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi, dapat disimpulkan bahwa model regresi terbebas dari heteroskedastisitas.

7. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *relationship quality* (kualitas hubungan) yang terdiri dari Kualitas Produk (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap

Loyalitas Nasabah (Y) Pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan. Hasilnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.9
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	12.291	2.201		5.583	.000		
KualitasProduk	-.103	.114	-.107	-.908	.366	.450	2.223
KualitasPelayanan	.390	.062	.737	6.246	.000	.450	2.223

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat pada kolom *Unstandardized Coefficients* bagian kolom B, maka persamaan analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah:

$$LN = \alpha + b_1KPr + b_2KP + e$$

$$LN = 12,291 + (-0,103) \text{ Kualitas Produk} + 0,390 \text{ Kualitas Pelayanan} + e$$

Keterangan:

LN = Loyalitas Nasabah

α = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien regresi linier berganda

KPr = Kualitas Produk

KP = Kualitas Pelayanan

e = *Standard error term*

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 12,291 artinya apabila variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dianggap konstan atau 0 maka kepuasan nasabah nilainya sebesar 12,291.

- b. Nilai koefisien variabel kualitas produk adalah -0,103 ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan promosi sebesar 1 satuan, maka kepuasan nasabah juga akan meningkat sebesar -0,103 satuan.
- c. Nilai koefisien variabel kualitas pelayanan adalah 0,390 ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar 1 satuan, maka kepuasan nasabah juga akan meningkat sebesar 0,390 satuan.

8. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Berikut ini hasil pengolahan data yang menggambarkan tingkat koefisien determinasi (R^2) pada penelitian ini.

Tabel 4.10
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.661 ^a	.437	.425	2.50980	1.742

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Nilai R Square (R^2) yaitu menunjukkan nilai koefisien determinasi. Angka ini akan diubah kebentuk persen, yang artinya persentasi sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R^2 sebesar 0,425 atau 42,5% artinya loyalitas dipengaruhi kualitas produk dan kualitas pelayanan dengan kontribusi sebesar 0,425 atau 42,5%, sedangkan sisanya 57,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

9. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji t bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Kesimpulan atas penerimaan hipotesis berdasarkan nilai t_{hitung} adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_a ditolak dan H_0 diterima, atau variabel independen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak atau variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

Berikut ini hasil pengolahan data yang menggambarkan hasil dari uji t serta tingkat signifikan kedua variabel:

Tabel 4.11
Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	12.291	2.201		5.583	.000		
KualitasProduk	-.103	.114	-.107	-.908	.366	.450	2.223
KualitasPelayanan	.390	.062	.737	6.246	.000	.450	2.223

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Berdasarkan hasil uji signifikansi parsial (uji t) di atas dapat dilihat bahwa pada variabel kualitas produk memiliki t_{hitung} sebesar -0,908 dan t_{tabel} sebesar 1,661 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ (-0,908 > 1,661) maka H_a ditolak H_0 diterima artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan.

Pada variabel kualitas pelayanan memiliki t_{hitung} sebesar 6,246 dan t_{tabel} sebesar 1,661 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,246 > 1,661$) maka H_a diterima H_0 ditolak artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pemantu Syariah Panyabungan.

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Ketentuan dalam uji F adalah: jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak sedangkan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan jika nilai Sig. $< 0,1$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Tabel 4.12
Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	440.073	2	220.036	34.932	.000 ^b
Residual	566.917	90	6.299		
Total	1006.989	92			

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

F_{tabel} untuk signifikansi $\alpha = 0,1$ dengan *regression* (df 1) adalah 2 dan *residual* (df 2) adalah 90 (berasal dari *total-regresion*), maka hasil yang diperoleh untuk F_{tabel} sebesar 2,36.

Dari hasil uji signifikansi simultan (uji F) di atas bahwa nilai F_{hitung} sebesar 34,932 sedangkan F_{tabel} sebesar 2,36 sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($34,932 > 2,36$) maka H_a diterima. Selanjutnya, untuk nilai Sig. sebesar

0,000 sehingga nilai Sig. < 0,1 (0,000 < 0,1) maka H_a diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa secara simultan kualitas produk dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah di PT. Bank Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan. Dari hasil analisis data yang dilakukan pada penelitian ini dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 22 diketahui bahwa:

1. Hasil uji validitas untuk 26 item pernyataan dari kedua variabel bebas (X) dan satu variabel terikat (Y) diketahui memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$, dimana $r_{tabel} = 0,171$ sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Korelasi Pearson* dan nilai r positif. Karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai r positif maka 26 item pernyataan pada kuesioner tersebut dinyatakan valid. Selanjutnya, hasil uji reliabilitas diketahui bahwa dari kedua variabel bebas (X) dan satu variabel terikat (Y) memiliki *Cronbach's Alpha* > 0,60 sehingga item pernyataan pada kuesioner juga dapat dinyatakan reliabel.
2. Hasil uji statistik deskriptif menunjukkan bahwa dengan jumlah data (N) sebanyak 93, variabel kualitas produk mempunyai nilai *mean* sebesar 28,04 dengan nilai minimum 19, nilai maksimum 35, standar deviasinya 3,432. Variabel kualitas pelayanan mempunyai nilai *mean* sebesar 45,12 dengan nilai minimum 29, nilai maksimum 56, standar

deviasinya 6,243. Variabel loyalitas nasabah mempunyai nilai *mean* sebesar 27,01 dengan nilai minimum 15, nilai maksimum 33, standar deviasinya 3,308.

3. Hasil uji normalitas pada grafik histogram bahwa distribusi data tersebut tidak menceng ke kiri atau ke kanan, maka pola distribusi data tersebut normal dan pada grafik *Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual* bahwa penyebaran datanya disekitar garis dan mengikuti garis diagonal, maka data tersebut telah normal. Selanjutnya, hasil uji linearitas menyatakan bahwa antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) mempunyai hubungan yang linear karena diketahui memiliki nilai $\text{Sig.} > 0,1$.
4. Hasil uji multikolinearitas diketahui bahwa nilai *Tolerance* $> 0,1$ dan nilai *Variance Inflation Factor* atau *VIF* < 10 , maka dapat dinyatakan bebas dari multikolinearitas. nilai *Tolerance* dari variabel kualitas produk adalah $0,450 > 0,1$, variabel Kualitas pelayanan adalah $0,450 > 0,1$. sehingga bebas dari multikolinearitas. Selanjutnya berdasarkan nilai *VIF* dari variabel kualitas produk adalah $2,223 < 10$, variabel Kualitas Pelayanan adalah $2,223 < 10$, sehingga bebas dari multikolinearitas. Selanjutnya, hasil uji heteroskedastisitas diketahui bahwa titik-titik pada *scatterplot* regresi tidak membentuk pola tertentu seperti menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dinyatakan tidak terdeteksi heteroskedastisitas.

5. Persamaan analisis regresi linear berganda diperoleh sebagai berikut:

$$LN = \alpha + b_1 KPr + b_2 KP + e$$

$$LN = 12,291 + (-0,103) \text{Kualitas Produk} + 0,390 \text{Kualitas Pelayanan} + e$$

6. Hasil uji koefisien determinasi kualitas produk dan kualitas pelayanan mampu mempengaruhi loyalitas nasabah sebesar 42,5% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

7. Secara parsial variabel kualitas produk tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($-0,103 > 1,661$) dan nilai $\text{Sig.} < \alpha$ ($0,366 > 0,1$).

8. Secara parsial variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,246 > 1,661$) dan nilai $\text{Sig.} < \alpha$ ($0,000 < 0,1$). Mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

C. Keterbatasan Penelitian

Penulis menyadari dalam pelaksanaan ini penulis sekaligus peneliti menemukan banyak keterbatasan. Keterbatasan yang dirasakan tidak hanya berasal dari diri penulis sendiri tetapi juga dari faktor lain. Adapun keterbatasan yang dihadapi selama penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah dalam menyebarkan kuesioner peneliti tidak mengetahui kejujuran responden dalam menjawab setiap pernyataan yang tersedia pada kuesioner sehingga mempengaruhi validitas data yang diperoleh. juga mengenai waktu dan biaya yang dibutuhkan sebagai pertimbangan dalam penelitian ini menyebabkan keterbatasan pada penelitian. Peneliti juga mengalami

kendala saat penelitian, dimana nasabah sebagian tidak mau mengisi angket, hal ini membutuhkan waktu yang lama bagi peneliti dalam melakukan penelitian ini. Faktor lain yang bisa mempengaruhi bertambahnya jumlah nasabah PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan tidak dilakukan dalam penelitian ini. Dan data bulanan yang digunakan dalam penelitian ini hanya data pada tahun 2012-2014.

BAB V PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab IV, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji signifikansi parsial (uji t) dapat dilihat bahwa pada variabel kualitas produk memiliki t_{hitung} sebesar -0,908 dan t_{tabel} sebesar 1,661 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($-0,908 > 1,661$) maka H_a ditolak H_o diterima artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan.
2. Pada variabel kualitas pelayanan dari hasil uji signifikansi parsial (uji t) bahwa memiliki t_{hitung} sebesar 6,246 dan t_{tabel} sebesar 1,661 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,246 > 1,661$) maka H_a diterima H_o ditolak artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pemantu Syariah Panyabungan.
3. Dari hasil uji signifikansi simultan (uji F) di atas bahwa nilai F_{hitung} sebesar 34,932 sedangkan F_{tabel} sebesar 2,36 sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($34,932 > 2,36$) maka H_a diterima. Selanjutnya, untuk nilai Sig. sebesar 0,000 sehingga nilai Sig. $< 0,1$ ($0,000 < 0,1$) maka H_a diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa secara simultan kualitas produk dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis memberikan saran atau masukan sebagai berikut:

1. Diharapkan bagi PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan jika dalam mempertahankan loyalitas nasabah, hendaknya dapat memberikan produk serta pelayanan yang dapat memuaskan keinginan nasabah. Apabila nasabah telah loyal maka pendapatan suatu bank tersebut akan meningkat dan dapat mempertahankan nasabah agar tidak beralih ke bank lain.
2. Bagi PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan dalam menghimpun dana tidak hanya dari faktor nisbah bagi hasil saja yang menjadi panduan dalam meningkatkan jumlah nasabah karena masih ada yang bisa mempengaruhi naiknya jumlah nasabah.
3. Bagi PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan dalam mempertahankan nasabah agar loyal, terlebih dahulu pihak bank harus memperhatikan keinginan nasabah, agar nasabah tidak beralih ke bank lain.
4. Bagi peneliti berikutnya diharapkan penelitian dilakukan pada hal-hal yang mempengaruhi loyalitas nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.
- Departemen RI, *Al-qur'an dan Terjemahnya*, Jakarta: Syamil, 2002.
- Dessy Anwar, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Surabaya: Karya Abditama, 2001.
- Djaslin Saladin, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Bank*, Jakarta: Mandiri Maju, 1994.
- Duwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS*, Yogyakarta: Mediakom, 2008.
- Dwi Suwiknyo, *Kamus Lengkap Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Media, 2009.
- Eti Rochety dan Ratih Tresnanti, *Kamus Istilah Ekonomi*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005.
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi edisi tiga, 2008.
- Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005.
- Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.
- Jill Griffin, *Customer Loyalty Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, Jakarta: Erlangga, 2005.
- Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, Jakarta: Kencana, 2011.
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta : Kencana, 2010.
- _____, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2005.
- K. Bertens, *Pengantar Etika Bisnis*, Yogyakarta: Kanisius, 2000.
- Lailatul mubarakah, “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bmt Islamic Centre Kabupaten Cirebon” (Skripsi, Fakultas Syariah Jurusan Muamalat Ekonomi Perbankan, Institut Agama Islam Negeri Cirebon, 2013),
- Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- Hasibuan S.P Melayu, *Dasar-dasar Perbankan*, Jakarta : PT Bumi Aksara, 2009.

- Nasution M.N, *Manajemen Jasa Terpadu*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2004.
- M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, Yogyakarta: Ekonisia UII, 2004.
- Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi: Teori dan Aplikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005.
- Nina Rahmayanti, *Manajemen Pelayanan Prima Mencegah Pembelotan dan Membangun Costumer Loyalty*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung: Alfabeta, 2005.
- Rambat Lupiyoadi, A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2008.
- Sadi, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Tahu Bakso Ibu Pudji, Ungaran-Semaran” (Tesis, Universitas Diponegoro Semarang , 2009),
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2001.
- Sugiyono & Agus Susanto, *Cara Mudah Belajar SPSS dan Lisrel*, Bandung: Alfabeta, 2015.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2013.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Pribadi:

Nama : Maya Sari

Tempat/tanggal lahir : Ampung Padang, 03 Desember 1995

Alamat : Ampung Padang, Kec. Batang Natal, Kab. Madina.

Agama : Islam

Jenis kelamin : Perempuan

Pendidikan :

1. SD Negeri 127 Ampung Padang, Kec. Batang Natal, lulusan tahun 2007
2. MTsN Kase Rao-Rao, Kec. Batang Natal, lulusan tahun 2010
3. SMA Negeri 1 Batang Natal, Kec. Batang Natal, lulusan tahun 2013
4. Masuk Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tahun 2013

LAMPIRAN 1

No	HASIL KUISIONER VARIABEL PRODUK							Total
	BUTIR SOAL							
	1	2	3	4	5	6	7	
1	4	4	4	4	3	3	3	25
2	4	5	4	4	5	4	4	30
3	4	4	4	5	5	4	4	30
4	4	4	5	4	5	3	5	30
5	4	3	4	3	3	2	4	23
6	4	4	3	5	4	5	5	30
7	5	4	5	5	5	4	4	32
8	4	4	3	4	4	3	3	25
9	4	4	4	5	5	4	3	29
10	5	4	4	3	4	4	4	28
11	4	4	4	4	3	4	3	26
12	4	4	4	3	3	3	4	25
13	5	4	4	4	4	4	4	29
14	5	5	5	4	4	5	4	32
15	5	5	4	4	4	5	5	32
16	4	4	3	4	3	4	3	25
17	5	4	4	5	5	4	4	31
18	4	4	5	5	4	4	4	30
19	5	4	4	5	5	5	4	32
20	4	4	4	5	5	4	4	30
21	4	4	4	5	5	4	4	30
22	5	4	4	5	5	4	4	31
23	4	4	5	4	5	5	5	32
24	5	4	4	5	5	4	4	31
25	4	4	5	4	5	4	4	30
26	4	5	4	5	5	4	4	31
27	5	4	5	4	4	5	4	31
28	5	4	4	5	5	4	5	32
29	4	4	5	4	5	4	4	30
30	5	4	5	4	5	4	4	31
31	5	4	5	5	5	4	4	32
32	5	5	4	4	5	4	5	32
33	5	4	4	5	5	4	4	31
34	4	4	5	4	5	4	4	30
35	5	4	4	4	5	3	4	29
36	4	4	5	4	5	4	4	30
37	4	3	3	3	4	4	3	24
38	5	4	5	4	2	3	5	28
39	5	5	5	3	3	4	3	28
40	5	5	5	5	5	5	5	35
41	5	4	4	3	2	5	2	25
42	5	4	4	4	4	4	5	30
43	4	4	3	5	4	3	3	26
44	5	4	5	5	3	5	5	32
45	4	4	3	5	1	1	2	20
46	5	5	5	4	4	4	5	32
47	4	4	4	3	5	4	3	27

48	4	4	5	4	5	3	5	30
49	4	4	3	4	5	3	4	27
50	5	4	3	4	4	4	4	28
51	4	5	4	4	5	3	4	29
52	5	5	4	4	5	5	4	32
53	5	5	4	4	4	4	4	30
54	5	5	5	4	4	4	5	32
55	4	4	4	4	4	4	4	28
56	4	4	4	2	4	2	4	24
57	5	5	5	5	5	5	5	35
58	4	4	5	5	5	5	4	32
59	5	5	5	5	5	5	5	35
60	5	4	4	4	4	4	3	28
61	4	3	4	3	5	2	4	25
62	4	4	4	3	5	1	3	24
63	4	3	3	2	4	2	4	22
64	4	4	3	3	5	2	4	25
65	4	4	3	2	4	2	4	23
66	4	5	5	5	4	2	4	29
67	5	4	3	4	4	3	4	27
68	4	1	1	3	4	2	4	19
69	3	3	4	2	5	2	4	23
70	4	2	3	2	5	3	4	23
71	3	3	4	4	4	3	2	23
72	3	3	4	3	4	4	3	24
73	3	3	3	2	4	2	3	20
74	4	4	3	4	4	3	4	26
75	4	3	4	4	5	4	4	28
76	4	4	4	3	5	2	4	26
77	4	4	5	4	5	4	4	30
78	4	4	3	4	3	4	3	25
79	4	4	3	4	3	4	4	26
80	4	4	3	4	3	4	3	25
81	4	3	4	2	4	2	4	23
82	4	4	5	4	5	2	4	28
83	4	4	3	3	5	3	4	26
84	3	4	3	4	5	4	4	27
85	4	4	5	4	3	4	5	29
86	4	4	5	5	5	4	4	31
87	4	4	3	5	3	4	5	28
88	4	4	5	2	5	1	4	25
89	4	4	2	5	5	3	4	27
90	3	4	4	3	5	3	4	26
91	4	4	5	4	5	2	5	29
92	4	3	4	3	4	4	4	26
93	4	3	4	3	5	4	3	26

LAMPIRAN 2

HASIL KUISIONER VARIABEL PELAYANAN													
No	BUTIR SOAL												TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	49
2	5	4	5	4	5	5	3	5	3	4	4	4	51
3	5	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	46
4	5	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	44
5	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	43
6	5	4	3	4	5	4	4	5	3	4	4	4	49
7	5	5	4	5	5	3	3	5	2	4	4	4	49
8	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	5	3	41
9	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	47
10	4	4	4	3	5	4	4	3	3	4	4	4	46
11	5	4	4	4	5	4	4	5	3	4	4	4	50
12	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	47
13	5	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	46
14	5	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	50
15	5	4	4	4	5	3	3	4	3	2	3	4	44
16	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	44
17	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	43
18	5	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	45
19	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	52
20	5	4	3	4	4	4	5	5	3	4	4	5	50
21	5	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	5	52
22	5	4	4	5	4	4	5	5	3	4	4	4	51
23	5	4	3	5	5	4	5	5	3	4	4	5	52
24	5	4	3	4	5	5	4	4	4	3	4	5	50
25	5	4	4	5	5	3	4	4	3	4	4	5	50
26	4	5	3	5	4	4	5	5	3	3	4	5	50
27	5	4	3	5	4	3	4	4	3	4	5	4	48
28	4	4	4	5	4	3	4	4	3	4	4	4	47
29	5	4	3	5	4	4	5	5	3	4	4	5	51
30	5	5	3	4	5	4	4	4	3	4	4	4	49
31	5	5	3	4	4	4	5	5	3	4	4	4	50
32	5	4	3	5	4	4	4	5	3	4	4	4	49
33	5	4	4	5	4	4	5	5	3	4	4	5	52
34	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	51
35	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	54
36	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	50
37	5	1	2	3	3	3	3	4	4	2	4	1	35
38	4	3	2	3	3	1	3	5	3	2	4	3	36
39	4	2	1	5	4	4	1	1	1	4	4	3	34
40	5	5	2	5	5	5	5	4	4	4	4	4	52
41	5	4	1	2	4	2	5	4	5	1	3	4	40
42	5	5	2	5	5	5	5	4	5	5	5	4	55
43	4	4	2	5	2	3	4	4	3	2	5	4	42
44	5	4	4	5	5	5	4	3	5	3	4	4	51
45	5	2	3	1	2	2	3	4	2	2	4	4	34
46	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	52
47	5	3	5	4	4	3	4	4	3	3	4	3	45

48	5	3	5	5	4	4	5	4	3	4	4	3	49
49	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	44
50	4	2	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	42
51	5	4	4	5	4	3	4	4	4	5	4	4	50
52	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	54
53	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	53
54	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	50
55	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
56	5	5	5	5	4	2	4	4	5	5	5	5	54
57	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	52
58	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	54
59	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	56
60	4	4	3	5	5	5	4	4	5	5	5	5	54
61	4	1	2	4	4	3	2	4	2	3	4	4	37
62	4	2	3	3	4	3	2	4	2	4	4	4	39
63	3	2	3	3	4	2	2	2	2	2	4	4	33
64	3	2	2	3	4	3	2	4	4	4	3	4	38
65	3	2	2	3	4	2	3	4	2	4	4	4	37
66	5	3	2	3	5	4	3	4	3	4	5	4	45
67	3	3	2	3	1	3	2	4	3	3	4	3	34
68	4	1	1	2	3	1	3	4	2	2	3	4	30
69	2	1	1	3	1	2	3	4	1	3	4	4	29
70	3	4	3	4	4	3	4	4	2	3	4	4	42
71	3	4	2	4	3	2	3	4	2	3	3	4	37
72	3	4	2	3	4	4	2	4	3	4	4	4	41
73	4	2	1	2	3	3	3	4	2	3	4	4	35
74	4	2	2	3	4	3	3	4	3	3	4	4	39
75	4	3	2	3	4	3	4	4	2	3	4	4	40
76	4	2	2	3	4	4	3	4	3	4	3	4	40
77	5	4	4	5	5	3	3	4	2	3	4	4	46
78	4	3	2	3	4	4	3	3	3	3	4	4	40
79	4	3	2	3	4	4	3	4	3	4	4	4	42
80	3	4	2	3	4	4	4	5	3	4	4	4	44
81	3	4	1	3	4	2	2	4	2	3	4	4	36
82	4	3	2	3	4	3	4	4	2	3	4	4	40
83	4	3	2	4	3	4	4	4	3	4	5	4	44
84	4	3	4	4	3	5	4	4	4	3	4	3	45
85	4	3	4	4	4	3	5	4	3	4	4	5	47
86	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	42
87	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	44
88	4	3	2	3	4	3	3	4	1	3	3	5	38
89	4	4	3	4	4	3	4	4	1	3	4	4	42
90	4	4	4	3	4	5	3	4	1	3	4	3	42
91	4	4	3	4	3	2	2	4	2	3	4	4	39
92	4	3	2	4	5	3	4	4	3	4	5	4	45
93	4	3	2	4	3	4	4	5	3	4	5	5	46

LAMPIRAN 3

HASIL KUISIONER VARIABEL LOYALITAS NASABAH								
No	BUTIR SOAL							TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	
1	4	4	4	5	4	5	3	29
2	4	4	4	4	3	4	3	26
3	4	4	3	3	4	4	4	26
4	3	4	4	5	4	3	3	26
5	3	3	4	3	3	4	4	24
6	4	3	4	3	4	5	4	27
7	4	4	4	3	3	3	3	24
8	3	5	3	3	3	3	3	23
9	3	4	4	4	3	4	3	25
10	4	3	4	3	3	3	3	23
11	3	4	2	4	3	4	4	24
12	5	4	4	3	4	4	5	29
13	4	4	4	3	4	4	3	26
14	4	4	4	4	4	4	4	28
15	3	2	4	4	5	4	4	26
16	4	4	3	3	4	4	4	26
17	5	4	5	4	5	4	5	32
18	4	3	4	4	4	3	4	26
19	4	3	4	3	4	4	4	26
20	4	4	5	4	4	5	5	31
21	5	4	4	4	4	5	5	31
22	5	4	4	4	4	4	4	29
23	5	4	4	3	4	4	4	28
24	5	4	4	4	4	3	4	28
25	4	4	5	4	4	5	4	30
26	4	5	4	4	3	4	5	29
27	5	4	4	4	4	5	4	30
28	5	4	4	4	5	4	4	30
29	5	4	5	4	4	5	4	31
30	5	4	4	3	4	5	5	30
31	4	5	5	4	4	5	4	31
32	5	4	4	4	4	5	4	30
33	4	4	4	4	4	5	5	30
34	4	4	5	4	5	4	4	30
35	4	4	5	4	5	4	4	30
36	5	5	4	4	4	5	4	31
37	4	4	3	3	4	4	3	25
38	3	5	2	5	4	3	4	26
39	3	4	4	1	1	1	1	15
40	4	4	4	4	4	4	3	27
41	5	2	3	5	5	4	5	29
42	4	4	3	5	5	5	5	31
43	5	5	4	4	4	5	4	31
44	5	5	3	5	5	4	4	31
45	4	3	5	1	2	2	1	18
46	4	4	4	4	4	4	4	28
47	4	4	3	3	4	4	4	26

48	4	4	3	3	4	4	4	26
49	4	4	3	3	4	4	4	26
50	4	4	2	2	3	3	4	22
51	4	4	4	4	4	5	5	30
52	5	4	4	4	5	5	5	32
53	5	5	5	4	5	5	4	33
54	5	4	4	4	4	4	4	29
55	4	4	4	4	4	4	4	28
56	5	5	5	5	5	2	5	32
57	5	4	4	5	5	5	5	33
58	5	4	4	4	4	4	4	29
59	5	5	5	4	4	4	4	31
60	4	4	4	5	5	5	5	32
61	4	4	2	3	4	3	4	24
62	4	4	3	4	4	4	4	27
63	4	4	2	2	3	4	4	23
64	5	4	3	3	3	4	4	26
65	4	4	3	3	5	5	4	28
66	3	4	4	3	4	4	4	26
67	4	3	3	1	3	3	3	20
68	3	4	4	3	4	4	4	26
69	4	4	3	3	3	3	4	24
70	4	4	3	4	3	4	3	25
71	4	4	4	2	3	4	4	25
72	4	3	4	2	3	3	3	22
73	3	4	4	2	3	4	4	24
74	3	4	4	3	4	4	4	26
75	4	3	4	3	4	4	4	26
76	3	4	4	3	4	3	4	25
77	3	3	2	4	3	2	4	21
78	3	4	4	3	4	4	4	26
79	3	4	4	3	4	4	4	26
80	3	4	3	3	3	4	4	24
81	4	5	4	3	4	4	4	28
82	3	4	4	3	4	4	4	26
83	4	4	4	3	3	4	3	25
84	4	4	3	4	5	5	4	29
85	3	4	4	3	4	5	5	28
86	4	4	3	3	3	4	4	25
87	3	4	5	2	3	4	4	25
88	3	4	4	3	4	4	4	26
89	3	4	4	2	4	4	4	25
90	4	4	4	2	3	5	5	27
91	2	3	4	2	3	4	4	22
92	3	4	4	3	4	4	4	26
93	4	5	5	3	4	5	5	31

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X₁)

Item Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Item1	0,601	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan n=91 pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} 0,171$	Valid
Item2	0,673		Valid
Item3	0,639		Valid
Item4	0,687		Valid
Item5	0,414		Valid
Item6	0,710		Valid
Item7	0,593		Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X₂)

Item Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Item1	0,615	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan n=91 pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} 0,171$.	Valid
Item2	0,748		Valid
Item3	0,627		Valid
Item4	0,729		Valid
Item5	0,589		Valid
Item6	0,672		Valid
Item7	0,729		Valid
Item8	0,460		Valid
Item9	0,644		Valid
Item10	0,680		Valid
Item11	0,396		Valid
Item12	0,480		Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

Item Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Item1	0,606	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan n=91 pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} 0,171$.	Valid
Item2	0,414		Valid
Item3	0,410		Valid
Item4	0,726		Valid
Item5	0,790		Valid
Item6	0,712		Valid
Item7	0,690		Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Uji Reliabilitas pada Kualitas Produk (X₁)

Cronbach's Alpha	N of Items
,718	7

Uji Reliabilitas pada Kualitas Pelayanan (X₂)

Cronbach's Alpha	N of Items
,858	12

Uji Reliabilitas pada Loyalitas Nasabah (Y)

Cronbach's Alpha	N of Items
,742	7

Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Produk	93	19	35	28,04	3,432
Kualitas Pelayanan	93	29	56	45,12	6,243
Loyalitas Nasabah	93	15	33	27,01	3,308
Valid N (listwise)	93				

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Uji Linieritas Kualitas Produk dengan Loyalitas Nasabah

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas Nasabah * Kualitas Produk	Between Groups	(Combined)	301.498	13	23.192	2.597	.005
		Linearity	194.350	1	194.350	21.763	.000
		Deviation from Linearity	107.148	12	8.929	1.000	.457
	Within Groups		705.492	79	8.930		
	Total		1006.989	92			

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Uji Linieritas Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Nasabah

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas Nasabah * Kualitas Pelayanan	Between Groups	(Combined)	668.956	25	26.758	5.304	.000
		Linearity	434.881	1	434.881	86.196	.000
		Deviation from Linearity	234.075	24	9.753	1.933	.018
	Within Groups		338.033	67	5.045		
	Total		1006.989	92			

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------	-------------------------

	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	12.291	2.2`01		5.583	.000		
KualitasProduk	-.103	.114	-.107	-.908	.366	.450	2.223
KualitasPelayanan	.390	.062	.737	6.246	.000	.450	2.223

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	12.291	2.201		5.583	.000		
KualitasProduk	-.103	.114	-.107	-.908	.366	.450	2.223
KualitasPelayanan	.390	.062	.737	6.246	.000	.450	2.223

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.661 ^a	.437	.425	2.50980	1.742

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF

1	(Constant)	12.291	2.201		5.583	.000		
	KualitasProduk	-.103	.114	-.107	-.908	.366	.450	2.223
	KualitasPelayanan	.390	.062	.737	6.246	.000	.450	2.223

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	440.073	2	220.036	34.932	.000 ^b
Residual	566.917	90	6.299		
Total	1006.989	92			

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Uji Validitas Kualitas Produk

Correlations

		Item1	Item2	Item3	Item4	Item5	Item6	Item7	SkorTotal
Item1	Pearson Correlation	1	.447**	.279**	.356**	-.045	.448**	.324**	.601**
	Sig. (2-tailed)		.000	.007	.000	.666	.000	.002	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93
Item2	Pearson Correlation	.447**	1	.440**	.456**	.051	.375**	.278**	.673**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.630	.000	.007	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93
Item3	Pearson Correlation	.279**	.440**	1	.222*	.214*	.289**	.338**	.639**
	Sig. (2-tailed)	.007	.000		.032	.039	.005	.001	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93
Item4	Pearson Correlation	.356**	.456**	.222*	1	.102	.522**	.217*	.687**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.032		.332	.000	.036	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93
Item5	Pearson Correlation	-.045	.051	.214*	.102	1	.065	.309**	.414**
	Sig. (2-tailed)	.666	.630	.039	.332		.537	.003	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93
Item6	Pearson Correlation	.448**	.375**	.289**	.522**	.065	1	.216*	.710**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.005	.000	.537		.038	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93
Item7	Pearson Correlation	.324**	.278**	.338**	.217*	.309**	.216*	1	.593**
	Sig. (2-tailed)	.002	.007	.001	.036	.003	.038		.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93
Skor Total	Pearson Correlation	.601**	.673**	.639**	.687**	.414**	.710**	.593**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	93	93	93	93	93	93	93	93

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PT. BANK SUMUT KANTOR CABANG PEMBANTU SYARIAH PANYABUNGAN

Kepada Yth:

Bapak/Ibu/Sdr/i

Ditempat

1. Dengan segala kerendahan hati dan harapan, penulis mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i untuk mengisi daftar pernyataan ini dengan sejujurnya sesuai dengan kenyataan yang ada.
2. Kuesioner ini dibuat untuk memperoleh data yang kami butuhkan dalam rangka menyusun skripsi yang merupakan syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah, dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan”**.
3. Untuk mencapai maksud tersebut, kami memohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i untuk mengisi kuesioner ini dengan memilih jawaban yang telah disediakan.
4. Atas kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i meluangkan waktu membantu kami mengisi kuesioner ini kami ucapkan terimakasih.

Peneliti

Maya Sari

Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin
 - a. Wanita
 - b. Pria
3. Pendidikan Terakhir
 - a. SD
 - b. SMP
 - c. SMA
 - d. Diploma
 - e. Sarjana
 - f. Pascasarjana
4. Pekerjaan
 - a. Pelajar/Mahasiswa
 - b. Pegawai/Karyawan
 - c. Wiraswasta
 - d. Lain-lain

Petunjuk Pengisian Angket

1. Bacalah secara seksama soal yang tersedia.
2. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan memberi tanda checklist (✓) pada kolom yang tersedia dengan ketentuan sebagai berikut:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju
3. Setelah diisi, angket ini mohon dikembalikan kepada kami.
4. Atas bantuan Bapak/Ibu/Sdr/i dalam pengisian angket ini, saya ucapkan terima kasih.

A. Pernyataan Untuk Variabel Produk (X₁)

No	Pernyataan	Skala Pengukuran Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Produk PT. Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan sesuai dengan kebutuhan saya					
2	Produk PT. Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan sesuai manfaat yang ditawarkan					
3	PT. Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan memiliki kualitas produk yang baik					
4	Produk yang dimiliki PT. Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan dapat memuaskan keinginan nasabah					
5	Kualitas produk yang dimiliki PT. Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan sesuai dengan prinsip syariah					
6	Kualitas produk atau jasa yang ditawarkan oleh PT. Bank Sumut KCP Sy Panyabungan sangat mudah dipahami oleh nasabah					
7	PT. Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan memiliki produk yang banyak					

B. Pernyataan Untuk Variabel Pelayanan (X₂)

No	Pertanyaan	Skala Pengukuran Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Karyawan bank berpenampilan rapi pada saat melayani nasabah					
2	Fasilitas yang disediakan PT. Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan lengkap.					
3	Tempat parkir yang aman					
4	Lokasi PT. Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan strategis dan mudah dijangkau karena ditengah-tengah toko.					
5	Dalam memberi pelayanan pihak bank tidak lupa menyebutkan nama nasabah					
6	Pegawai bank memahami masalah yang					

	dihadapi nasabah.					
7	Karyawan bank cepat tanggap dalam melayani nasabah					
8	Karyawan bank berkomunikasi dengan ramah saat melakukan transaksi					
9	Pegawai bank tidak pernah membuat kesalahan dalam pelayanan					
10	Pegawai bank selalu memenuhi pelayanan yang dijanjikan					
11	Nasabah merasa aman melakukan transaksi di PT. Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan.					
12	Nasabah merasa nyaman terhadap pelayanan yang diberikan pihak bank.					

C. Pernyataan Untuk Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

No	Pernyataan	Skala Pengukuran Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1	PT. Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan menjadi pilihan saya ketika bertransaksi di bidang keuangan.					
2	Saya mempercayakan dana yang saya miliki dikelola oleh PT. Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan.					
3	Saya memiliki produk PT. Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan lebih dari satu produk.					
4	Saya mencoba produk lain yang dimiliki PT. Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan.					
5	Saya menyarankan teman untuk menggunakan produk PT. Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan					
6	Saya menceritakan keunggulan produk PT. Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan kepada teman-teman.					
7	Saya tetap memilih produk dan jasa PT. Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan walaupun muncul produk dan jasa baru bank lain.					

Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Correlations

	Item1	Item2	Item3	Item4	Item5	Item6	Item7	Item8	Item9	Item10	Item11	Item12	TotalSkor
Item1 Pearson Correlation	1	.403**	.491**	.370**	.453**	.353**	.457**	.265*	.359**	.207*	.090	.109	.615**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.001	.000	.010	.000	.047	.391	.297	.000
N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
Item2 Pearson Correlation	.403**	1	.470**	.530**	.395**	.423**	.541**	.314**	.414**	.409**	.208*	.331**	.748**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.045	.001	.000
N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
Item3 Pearson Correlation	.491**	.470**	1	.458**	.363**	.374**	.380**	.200	.367**	.399**	.108	.150	.672**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.055	.000	.000	.303	.152	.000
N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
Item4 Pearson Correlation	.370**	.530**	.458**	1	.361**	.419**	.465**	.218*	.343**	.532**	.392**	.318**	.729**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.036	.001	.000	.000	.002	.000
N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
Item5 Pearson Correlation	.453**	.395**	.363**	.361**	1	.438**	.265*	.085	.262*	.382**	.055	.290**	.589**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.010	.417	.011	.000	.598	.005	.000
N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
Item6 Pearson Correlation	.353**	.423**	.374**	.419**	.438**	1	.394**	.146	.409**	.521**	.252*	.178	.672**
Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000		.000	.162	.000	.000	.015	.088	.000
N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
Item7 Pearson Correlation	.457**	.541**	.380**	.465**	.265*	.394**	1	.462**	.501**	.309**	.256*	.387**	.729**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.010	.000		.000	.000	.003	.013	.000	.000
N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
Item8 Pearson Correlation	.265*	.314**	.200	.218*	.085	.146	.462**	1	.198	.247*	.140	.365**	.460**
Sig. (2-tailed)	.010	.002	.055	.036	.417	.162	.000		.058	.017	.180	.000	.000
N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
Item9 Pearson Correlation	.359**	.414**	.367**	.343**	.262*	.409**	.501**	.198	1	.398**	.265*	.171	.644**

[illegible]



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor: B - 94/In.14/G.5a/PP.00.22/02/2017

Padangsidempuan, 10 Maret 2017

Tempat: -

Perihal: *Permohonan Kesediaan*

Menjadi Pembimbing Skripsi

Th Bapak:

1. Dr. H.Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag
2. Ja'far Nasution Lc, M.El

Tempat.

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan hormat, disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa berdasarkan hasil sidang Tim Pengkajian Kelayakan Judul Skripsi, telah ditetapkan judul Skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini sebagai berikut :

Nama	: Maya Sari
NIM	: 13 220 0066
Jurusan	: Perbankan Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi	: Pengaruh Kualitas Produk & Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan.

Berdasarkan hasil sidang Tim Pengkajian Kelayakan Judul Skripsi, judul tersebut dapat diterima sebagai Judul Skripsi, untuk diharapkan kepada Bapak membimbing mahasiswa tersebut dalam penulisan proposal dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas kesediaan Bapak kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Mengetahui:
Dekan,

Dr. H.Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag
NIP. 19731128 200112 1 001

Ketua Jurusan,

Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si
NIP. 19790525 200604 1 004

PERNYATAAN KESEDIAAN SEBAGAI PEMBIMBING

Bersedia/~~Tidak Bersedia~~
Pembimbing I

Dr. H.Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag
NIP. 19731128 200112 1 001

Bersedia/~~Tidak Bersedia~~
Pembimbing II

Ja'far Nasution Lc, M.El



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Padangsidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : B-*SP* /In.14/GI/TL.00/4/2017
Lamp. : -
Hal : Mohon Izin Riset

25 April 2017

Yth;
Pimpinan PT. Bank SUMUT
Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan
di-
Madina

Assalamu'alaikum 'Wr.Wb.

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan menerangkan bahwa:

Nama : Maya Sari
NIM : 13 220 0066
Semester : VIII (Delapan)
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan

adalah benar Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul **"Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank SUMUT Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan "**.

Sehubungan dengan itu, dimohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Dekan,



Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag
NIP.19731128 200112 1 001

CABANG SYARIAH:

KANTOR PUSAT

Jl. Imam Borjol No. 18, Medan
Phone : (061) 415 5100 - 4515100
Facsimile : (061) 414 2937 - 415 2652

SURAT KETERANGAN PENGAMBILAN DATA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Zul Bahri Lumbantobing

NPP : 2671.190287.011011

Jabatan : Wakil Pimpinan

Dengan ini menyatakan bahwa:

Nama : Maya Sari

Nim : 13 220 0066

Jurusan : Perbankan Syariah

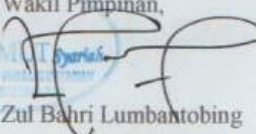
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap
Loyalitas Nasabah PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu
Syariah Panyabungan.

Telah selesai mengambil data penelitian di PT. Bank Sumut Kantor Cabang
Pembantu Syariah Panyabungan berupa sejumlah data perkembangan nasabah tahun
2012-2014.

Demikian disampaikan agar dapat digunakan seperlunya.

Panyabungan, 03 Mei 2017

Wakil Pimpinan,


Zul Bahri Lumbantobing

R CABANG SYARIAH:

KANTOR PUSAT

Jl. Imam Bonjol No. 18, Medan
Phone : (061) 415 5100 - 4515100
Facsimile : (061) 414 2937 - 415 2652

or : 106 /KCSy02-KCPSy015/L/2017

Panyabungan, 29 Mei 2017

da Yth,
n Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
ut Agama Islam Negeri Padangsidempuan
Rizal Nurdin Km 4.5 Sihitang

Tempat

H a l : Keterangan Pelaksanaan Riset

Wassalamu'alaikum Wr. Wb,

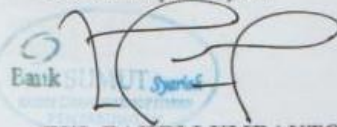
Sehubungan dengan Surat No. B-272/In.14/G/TL.00/4/2017 tanggal 05 April 2017 hal Izin
dengan ini kami sampaikan sebagai berikut :

: Maya Sari
: 13.220.0066
an : Perbankan Syariah
: **"Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas
Nasabah PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah
Panyabungan"**.

Adalah benar telah melakukan riset di Bank SUMUT Cabang Pembantu Syariah Panyabungan
tanggal 03 Mei 2017 sampai dengan tanggal 26 Mei 2017.

Sehubungan dengan ini kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb,
Pls. Pemimpin Capem



ZUL BAHRI LUMBANTOBING
NPP. 2671.190287.011011